



TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

Asiakastyytyväisyystutkimus WorkPower Henkilöstöpalveluille. Tarkastelussa vuodet 2011 ja 2014

Matti Helin

Opinnäytetyö
Joulukuu 2015
Liiketalouden koulutusohjelma



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

MATTI HELIN

Asiakastyytyväisyystutkimus WorkPower Henkilöstöpalveluille. Tarkastelussa vuodet 2011 ja 2014

Opinnäytetyö 68 sivua, joista liitteitä 10 sivua
Joulukuu 2015

Tämä opinnäytetyö selvitti WorkPower Henkilöstöpalveluiden palvelun laatua ja asiakastyytyväisyyttä ja niiden kehittymistä Tampereen rakennusalan asiakkaiden osalta vuosien 2011 ja 2014 välillä. WorkPower on Henkilöstöalan yritys, jonka palveluita ovat henkilöstön ulkoistus ja alihankinta, henkilöstövuokraus, rekrytointi sekä yksilöllisesti räätälöidyt henkilöstöpalvelut. WorkPowerilla on toimipisteitä ympäri Suomea. Tutkimuksessa selvisi asiakkaiden tyytyväisyys sekä WorkPowerin toimihenkilöitä että heidän vuokratyöntekijöitä kohtaan.

Opinnäytetyön teoria koostuu henkilöstöpalvelualaa, asiakaspalvelua ja palvelun laatua käsittelevästä kirjallisuudesta. Teoreettisena viitekehyksenä käytettiin Christian Grönroosin teosta ”Palvelujen johtaminen ja markkinointi”, jonka pohjalta koostettiin tutkimuslomake. Teoreettisen osuuden on tarkoitus luoda kuva siitä, mitä henkilöstöpalveluala pitää sisällään, mistä tekijöistä palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys ylipäättään koostuu ja mistä osista WorkPowerin palvelu muodostuu.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta. Tutkimukset toteutettiin marraskuussa 2011 ja joulukuussa 2014 sähköisenä internetkyselynä. Vuonna 2011 kysely lähetettiin 398 asiakkaan henkilökohtaiseen sähköpostiin. Vastauksia tuli yhteensä 84 kappaletta. Vuonna 2014 kysely lähetettiin 387 asiakkaalle ja vastauksia tuli 92 kappaletta.

Tutkimuksen tulokset analysoitiin Microsoft Excel ohjelmalla. Kyselyn taustatiedot vahvistivat käsitykset alan kovasta kilpailusta, sillä 96% vuoden 2014 vastaajalla oli kokemusta muidenkin henkilöstöpalvelualan yrityksistä kokemusta kuin WorkPowerin palveluista. Palvelun eri osa-alueisiin liittyvät kysymykset ja niiden tulokset osoittavat, että WorkPowerin palvelun laatu on parantunut vuodesta 2011 vuoteen 2014. Kummallakin tutkimuskerralla tyytyväisimpiä oltiin WorkPowerin toimihenkilöiden palvelualttiuteen ja yhteistyökykyyn. Eniten vertailujaksolla nousi vastaajien tyytyväisyys WorkPowerin vuokratyöntekijöihin.

Asiasanat: asiakastyytyväisyystutkimus, asiakastyytyväisyys, palvelun laatu, henkilöstöpalveluala, vuokratyö

ABSTRACT

Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration

MATTI HELIN

A Customer Satisfaction Survey for WorkPower Henkilöstöpalvelut Based on the Years 2011 and 2014

Bachelor's thesis 68 pages, appendices 10 pages
December 2015

This thesis studied the service quality and the customer satisfaction of WorkPower Henkilöstöpalvelut and the development of them among company's construction customers in the Tampere area between years 2011 and 2014. WorkPower is a human resources company concentrating on various human resources services like employee outsourcing and subcontracting, employee leasing and recruiting as well as individually tailored personnel services. WorkPower has branch offices around Finland. The research showed the customer satisfaction both towards the WorkPower staff and their rental workers.

The theory section of this thesis consists of literature dealing with the human resources industry, customer service and service quality. "Palvelujen johtaminen ja markkinointi", by Christian Grönroos was used as the theoretical framework for this thesis, from which the research form was compiled of. The purpose of the theory section is to create a picture what the field of human resources holds in it, which factors the service quality and the customer satisfaction consist of and of which parts the services of WorkPower are comprised of.

The research method used in the thesis was a quantitative research. The researches were carried out in November 2011 and December 2014 as an internet e-survey. In 2011 the survey was sent to the personal email accounts of 398 customers. 84 replies were received. In 2014 the survey was sent to 387 customers and 92 replies were received.

The survey results were analyzed by using the Microsoft Excel program. The background information of the survey confirmed the perception of the fierce competition in WorkPower's field of business, as 96 % of the 2014 respondents had experience of services from other companies than WorkPower, operating in the field of human resources. Questions related to the different areas of service and their results showed that WorkPower's service quality had risen between the reference period of 2011-2014. During research times the respondents were the most satisfied on the service-mindedness and cooperation ability of WorkPower's white-collar personnel. The biggest rise during the reference period was seen in the satisfaction towards WorkPower's rental workers.

Key words: customer satisfaction survey, customer satisfaction, service quality, personnel service, staff leasing

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TOIMEKSIANTAJAYRITYS.....	7
3	HENKILÖSTÖPALVELUALA	8
3.1	Henkilöstöpalveluala Suomessa.....	8
3.2	Henkilöstöpalvelualan käsitteitä	10
3.2.1	Vuokratyö.....	10
3.2.2	Alihankinta.....	10
3.2.3	Ulkoistus	11
3.2.4	Rekrytointi	11
4	PALVELUKOKEMUS	13
4.1	Palvelun laatu.....	13
4.2	Asiakaspalvelu	15
4.2.1	Kasvotusten tapahtuva asiakaspalvelu	16
4.2.2	Puhelimessa tapahtuva asiakaspalvelu	17
4.2.3	Asiakaspalvelu ongelmatilanteissa.....	18
4.3	Asiakastyytyväisyys.....	19
4.4	Asiakasuskollisuus.....	20
4.5	Asiakastyytyväisyyden tutkiminen	21
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	23
5.1	Työn tausta.....	23
5.2	Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimusongelma.....	24
5.3	Tutkimusmenetelmä ja aineiston keruu	25
5.4	Kyselylomakkeen laadinta	26
6	TUTKIMUKSEN TULOKSET	28
6.1	Taustatiedot.....	28
6.2	Tyytyväisyys palvelun eri osa-alueisiin.....	32
6.2.1	Yleiskuva WorkPowerin palveluista.....	33
6.2.2	WorkPowerin toimihenkilöiden asiakaspalvelu.....	35
6.2.3	WorkPowerin vuokratyöntekijöiden ammattimaisuus.....	37
6.3	WorkPowerin yhteyshenkilön yhteydenpito	39
6.4	Tilaukseen vaikuttavat tekijät	39
6.5	WorkPowerin vertailu kilpailijoihin	44
6.6	Tuntikirjaus WorkPowerin nettipalvelussa.....	45
6.7	Avoin palaute	47
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	49
8	POHDINTA.....	54

LÄHTEET	56
LIITTEET	58
Liite 1. Kyselylomake 2014	58
Liite 2. Kyselylomake 2011	62
Liite 3. Avoin palaute tuntien hyväksynnästä nettipalvelussa	65
Liite 4. Vapaa sana WorkPowerin toiminnasta	67

1 JOHDANTO

Tämä Opinnäytetyö on toteutettu WorkPower Oy:n toimeksiannosta. Aihe käsittelee WorkPowerin Tampereen rakennusalan asiakkaiden asiakastyytyväisyyttä ja sitä miten he kokevat WorkPowerin palvelun laadun. Tampereen rakennusalan asiakkaat muodostavat suurimman osan WorkPowerin asiakkaista ja ovat täten tärkein osa WorkPowerin ydinliiketoimintaa ja siksi tutkimus kohdennettiin koskemaan vain Tampereen rakennusalan asiakkaita.

Aihetta pohdittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa syksyllä 2011. Asiakastyytyväisyystutkimukseen päädyttiin yhteisellä päätöksellä, sillä sitä ei oltu aikaisemmin tehty WorkPowerille ja se katsottiin silloin tarpeelliseksi ja ajankohtaiseksi toteuttaa. Toimeksiantajan kanssa pohdittiin kaikki työhön liittyvät asiat tarkasti läpi, jotta työstä ja sen tuloksista tulisi mahdollisimman antoisa sekä toimeksiantajalle että tekijälle.

Työn tavoitteeksi määriteltiin WorkPowerin palvelun laadun selvittäminen. Haluttiin selvittää ne asiat, joissa on kehitettävää, mutta myös ne seikat, jotka WorkPowerin palvelussa toimivat ja mihin ollaan tyytyväisiä. Tutkimuksella halutaan selvittää myös asiakkaiden valintapäätöksiin vaikuttavia tekijöitä, mielipiteitä WorkPowerin toiminnasta verrattuna kilpailijoihin ja suhtautumista työntekijöiden tuntien hyväksyntään WorkPowerin internetpalvelussa. Ennen vuotta 2011 vastaavaa tutkimusta ei oltu tehty ja tarkoitus oli tehdä tutkimuksesta helposti toistettava, jotta tutkimuksen pystyy uusimaan jatkossakin helposti ja näin seuraamaan tulosten kehittymistä. Tässä tutkimuksessa seurataan tulosten kehittymistä vuosien 2011 ja 2014 välillä.

Ensimmäiseksi opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään henkilöstöpalvelualaa yleisesti ja siihen liittyviä käsitteitä. Seuraavaksi selvitetään asiakastyytyväisyyden ja palvelun laatuun määritelmiä ja tekijöitä, joita ne pitävät sisällään. Kolmannessa osuudessa käsitellään tutkimuksen toteutusta ja sen teoriaa. Teoriaosuuden jälkeen siirrytään tutkimuksen tuloksiin. Tulososiossa käydään tutkimuksen tulokset väite ja tulos kerrallaan läpi taustatiedoista aina vapaa sana -osioon asti. Tulosten jälkeen seuraa pohdinta ja johtopäätökset -osuus, jossa tuloksia ruoditaan syvällisemmin läpi ja nostetaan tiettyjä tuloksista ilmenneitä seikkoja esiin ja analysoidaan niitä. Työn viimeisiltä sivuilta löytyy lähdeluettelo ja liitteet.

2 TOIMEKSIANTAJAYRITYS

WorkPower Henkilöstöpalvelut on Tampereelle vuonna 2003 perustettu henkilöstöpalvelualan yritys. Todenteolla WorkPower aloitti toimintansa vuonna 2004 vuokraamalla työntekijöitä rakennusalan tarpeisiin, josta nopeasti kasvava yritys siirtyi vähitellen välittämään työntekijöitä myös teollisuuden pariin. Tänä päivänä WorkPowerin palveluihin kuuluu henkilöstön alihankinta, vuokraus, rekrytointi, ulkoistus ja yksilöllisesti räätälöidyt henkilöstöpalvelut valtakunnallisesti rakennusalan ja teollisuuden lisäksi toimistoalalle, asiakaspalvelu- ja logistiikkatehtäviin. Terveystieteiden pariin työntekijöitä vuokraa ja rekrytoi WorkPowerin vuonna 2005 perustettu tytäryhtiö Medipower Oy. (Pajala, 2011; Pajala 2014.)

WorkPowerin ensimmäiset vuodet olivat hyvin nousujohteisia aina vuoden 2008 lamaan asti, jolloin havahduttiin siihen, etteivät nousuvuosien jatkuminen loputtomiin ole itsensänselvyys. WorkPower yhtiöitettiin vuonna 2009, jonka jälkeen WorkPower Oy on toiminut emoyhtiönä MediPower Oy:n lisäksi, WorkPower Rakennus Oy:lle, Workpower Teollisuus Oy:lle ja WorkPower Palvelut Oy:lle. Emoyhtiön kirjoilla ei ole ainuttakaan vuokratyöntekijää, vaan nimensä mukaisesti WorkPower Rakennus Oy vuokraa työntekijöitä rakennuksille, WorkPower Teollisuus teollisuuteen ja WorkPower Palvelut palvelualoille. Uusimpana mukaan on tullut vuonna 2013 perustettu WorkPower Solutions Oy, jonka liiketoimintaan kuuluu henkilöstövuokrauksen ja rekrytointien sijaan asiakasyrityksen koko henkilöstön tai sen osan ulkoistaminen. (Pajala, 2011, 2014.)

WorkPower Oy:n toimistot sijaitsevat Tampereella, Helsingissä, Porissa, Jyväskylässä, Kuopiossa ja Tallinnassa. Tampereen konttori on WorkPowerin pääkonttori. Kuopion toimisto keskittyy pääasiassa MediPower Oy:n toimintaan. WorkPowerilla on myös Puolassa yhteistyökumppani, jonka kautta rekrytoidaan työvoimaa pääosin teollisuuden pariin. (Pajala, 2011.)

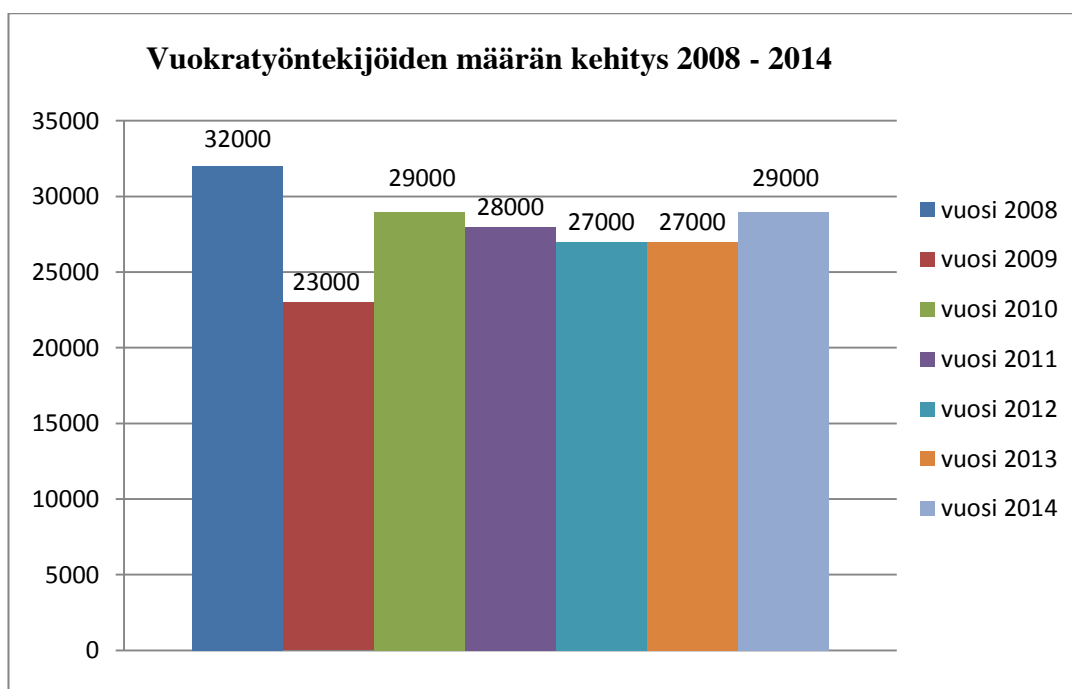
3 HENKILÖSTÖPALVELUALA

3.1 Henkilöstöpalveluala Suomessa

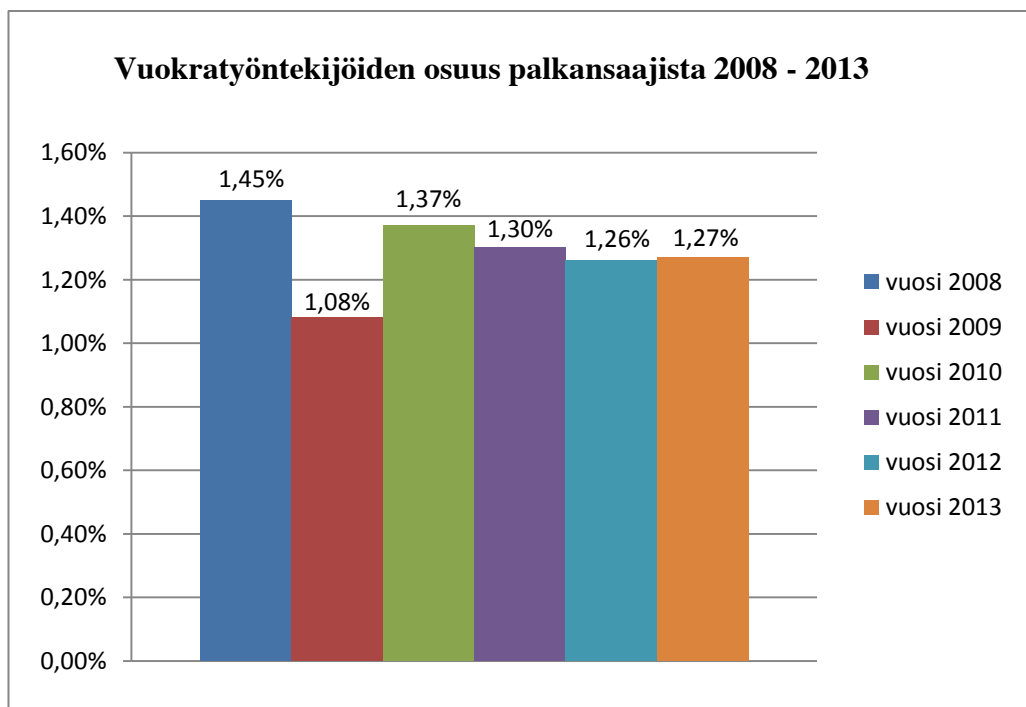
Vuokratyö on nopeasti yleistynyt työn teettämisen muoto. Ilmiönä se ei ole kovinkaan uusi, mutta Suomessa oli myös ajanjakso, jolloin se on ollut kiellettyä. Toimiala vapautui kielloista vasta 1995, vaikka vuokraus juontaa juurensa jo 1960-luvulta. 60-luvulla puhuttiin vielä ”reppufirmoista”, joita toimi muun muassa teollisuuden ja kuljetusalan parissa. Vuokratyöllä on pitkät perinteet myös musiikkialalla, jossa ohjelmatoimistot ovat vuosikymmeniä välittäneet artisteja eri tilaisuuksiin ja tapahtumiin. Elinkeinoon vapautumisen myötä aikaisemmin välitystöitä tehneet alkoivat toimimaan myös muilla aloilla, joka sai vuokratyön nopeasti yleistymään. (Elomaa 2011, 24-26).

Tänä päivänä alalla toimii yli tuhat henkilöstöpalvelualan yritystä, joista noin 500-600 arvioidaan olevan vakiintuneita yrityksiä. Alasta on kehittynyt yksi iso osa Suomen elinkeinoelämää ja se on tärkeä osakokonaisuus Suomen taloudessa. Työvoimatutkimuksessa vuokratyöstä on kerätty tietoa vuodesta 2008 lähtien. Vuosien 2010 - 2014 välillä vuokratyöntekijöiden määrä on pysytellyt 27000 – 29000 hengessä vuoden 2009 laman notkahduksen jälkeen (Kuvio 1). Kaikista 15-74-vuotiaista palkansaajista tämä on noin prosentin luokkaa (Kuvio 2). Miehiä ja naisia vuokratyöntekijöinä työskentelee lähes yhtä paljon. (Henkilöstöpalveluyritysten Liitto, 2015).

Heinä-joulukuussa 2014 suurinta henkilöpalvelualanyritysten käyttö liikevaihdolla mitattuna on ollut teollisuuden, toimiston ja muiden palveluiden aloilla. Rakennusala tulee kuudentena, jossa liikevaihtoa 20 suurimman henkilöstöpalvelualan liittoon kuuluvan henkilöstöpalvelualan yrityksen joukosta muodostui 37,25 miljoonaa euroa. Jos liikevaihdon jakaa alueellisesti, niin suurin liikevaihto tulee Uudeltamaalta, jossa henkilöstöpalvelualan liikevaihdon arvo heinä-joulukuussa 2014 oli 213,28 miljoonaa euroa. Muun Suomen liikevaihdon arvo oli 238,22 miljoonaa euroa. Prosenteiksi muutettuna Uudenmaan osuus koko liikevaihdosta on 47,2 prosenttia ja muun Suomen 52,8 prosenttia. (Henkilöstöpalveluyritysten Liitto, 2015).



KUVIO 1. Vuokratyöntekijöiden määrän kehitys vuosina 2008 – 2014 henkilötyövuosina mitattuna (Henkilöstöpalveluyritysten Liitto, 2014; Tilastokeskus, 2015).



KUVIO 2. Vuokratyöntekijöiden osuus palkansaajista vuosina 2008 – 2013 (Henkilöstöpalveluyritysten Liitto, 2014).

3.2 Henkilöstöpalvelualan käsitteitä

3.2.1 Vuokratyö

Työvoiman vuokraaminen tarkoittaa työtä, jossa henkilöstöpalvelualan yritys tarjoaa työntekijänsä suorittamaan käyttäjäyrityksen eli toisen yrityksen teettämän työn heidän johdon ja valvonnan alaisuuteen (Järvinen, Kyytsönen, Olkkola 2011, 30). Vuokratyössä työsopimuslain mukainen työnantaja on henkilöstöpalvelualan yritys, joka välittää ja rekrytoi työntekijöitään töihin asiakasyrityksiinsä (Elomaa 2011, 27).

Suurin ero normaaliin työsuhteeseen on työnjohdollisen vastuun siirtyminen käyttäjäyritykselle ja työsuhteessa sovellettavan työehtosopimuksen määräytyminen sen mukaan, mitä TES:iä käyttäjäyritys käyttää (Järvinen ym. 2011, 30). Vuokratyösuhteessa kahden perinteisen osapuolen sijaan mukana on kolme osapuolta: vuokrayritys, käyttäjäyritys ja työntekijä. Työntekijän ja vuokrayrityksen välillä vallitsee työsopimuslain mukainen työsuhte, mutta vuokrayrityksen ja käyttäjäyrityksen kesken vaikuttaa liike- ja sopimus oikeudellinen suhde (Elomaa 2011, 27).

3.2.2 Alihankinta

Puhuttaessa alihankinnasta, puhutaan usein aliurakoinnista, joka tarkoittaa henkilöä tai useimmiten yhtiötä, joka on ottanut vastuulleen hankkia tai toteuttaa sopimuksen mukaisen työn, materiaalin tai muun sopimukseen sisällytetyn asian (Elomaa 2011, 46-47). Työoikeudellista näkökulmasta alihankinta eroaa työvoiman vuokrauksesta siten, että alihankinnassa työntekijät tekevät työn alihankintayrityksen johdon ja valvonnan alaisuudessa toisin kuin vuokratyösuhteessa, jossa työnjohdosta vastaa käyttäjäyritys (Salli 2012, 116).

Alihankinta voi sisältää monihaaraisen verkoston, joka on tyypillistä suurien tai monimutkaisten rakennusten, tai muiden hankkeiden toteuttamisessa. Alihankinnalla on mahdollista vähentää kustannuksia, kun kokonaistyömäärää voidaan jakaa eri alojen osaajille ja ne voidaan kilpailuttaa. Hyötyjä on myös riskitekijöiden ja vastuun jakautuminen pääurakoitsijalta eri alihankkijoille. Alihankinta mahdollistaa osaamisen keskit-

tämistä entistä kapeammille sektoreille, joka on hyödyksi hehtisessä kaupankäynnissä ja muuttuvassa yhteiskunnassa. (Elomaa 2011, 46-47.)

3.2.3 Ulkoistus

Ulkoistus –termiä käytetään alihankinnan ohella työelämässä usein, mutta itse lainsäädännöstä sitä ei löydy. Ulkoistamisesta puhutaan usein näiden kolmen asian yhteydessä:

- Oman yrityksen toimintojen siirtäminen jonkin toisen toimijan hoidettavaksi.
- Julkisen puolen yrityksen liiketoimintaa yksityistetään.
- Julkisen puolen yrityksen liiketoimintaa siirretään yksityisen puolen hoidettavaksi. (Elomaa 2011, 52.)

Ulkoistamista on yrityksen tai sen osatoiminnon siirtäminen ostettavaksi ulkopuoliselta yritykseltä. Yrityksen siirtymistä käyttämään alihankintaa tai toiminnan siirtämistä vuokratyöyritykselle voidaan kutsua ulkoistamiseksi. Jos toimintaa siirretään vuokratyöyritykselle, tulee siitä ulkoistuksen kautta käyttäjäyrityksen alihankkija henkilöstön tai jopa liiketoiminnan osalta. Ulkoistettuja palveluita ovat esimerkiksi siivous, vartiointi, tuotteiden valmistus, tietotekniikan ylläpito ja hallinnointi. Yritys joka ulkoistaa toimintojaan on siis itse aiemmin tuottanut kyseisen toiminnon, mutta siirtää se ulkoistamisen myötä toisen yrityksen tuotettavaksi. Ulkoistamisen myötä työntekijät saattavat siirtyä ulkoistettavan toiminnon mukana uuden yrityksen palvelukseen. (Elomaa 2011, 52-53.)

3.2.4 Rekrytointi

Kaikkia niitä toimenpiteitä, joita yrityksessä pitää tehdä uuden työntekijän palkkaamiseksi, kutsutaan rekrytoinniksi. Varsinkin avainhenkilöitä hankkiessa rekrytointipäätös on aina strateginen päätös. Olennaisinta ei alkuun ole miettiä eri rekrytointilähteitä, vaan sitä, mitä todella tarvitaan vai tarvitaanko ylipäätään mitään. (Helsilä 2002, 21.) Helsilän (2002, 21-22) mukaan etukäteisharkinnan avulla voidaan selvittää, mitä tarvitaan:

- Voidaanko töitä jakaa tai muotoilla uudelleen?
- Voiko talon sisältä kouluttaa tehtävään jonkun toisen?

- Voidaanko työmenetelmiä kehittämällä täyttää tarpeet?
- Onko talon sisällä halukkaita tehtävien vaihtoon?
- Palkataanko uusi henkilö vain, koska ennenkin on tehty niin ja koska en itse viitsi tai osaa tehdä asioita, vaikka pitäisi osata?
- Voisiko työnajan joustoilla pärjätä ilman lisätyövoimaa?
- Onko tarve olemassa määrääjäksi, toistaiseksi vai osa-aikaisesti ja voisiko tarpeen täyttää vuokratyövoimalla tai alihankinnalla?

Kun etukäteisharkinta eli sisäinen harkinta on tehty, on ulkoisen hankinnan vuoro (Helsilä 2002, 21). Hyväksi havaittuja hankintalähteitä Helsilän (2002, 21-22) mukaan ovat muun muassa:

- Oma henkilöstö, jolta voi kysellä onko heillä työtä vailla olevia tuttavvia.
- Kesätyöntekijät ja muut entiset työntekijät
- Netin eri rekrytointikanavat
- Työvoimatoimisto
- Rekrytointimessut
- Henkilökohtaiset suhteet ja verkostot ja suora haku palveluyritysten kautta.

Suorahakuun turvautuessa saa usein todella asiantuntevaa palvelua. Rekrytointikonsultti selvittää ensin yrityksen tilanteen ja tarpeen, pitää yhteyttä potentiaalisten hakijoiden ja käyttäjäyrityksen välillä ja antaa lopuksi ammattitaitonsa tukemana valintaehdotuksia. (Helsilä 2002, 22). Vuokratyöyritykselle rekrytoinnista aiheutuneet kulut siirretään sopimuksella käyttäjäyrityksen maksettavaksi. Rekrytointipalkkio mainitaan vuokratyöyritysten ja käyttäjäyritysten sopimuksissa myös niiden tilanteiden varalla, että käyttäjäyritys haluaa palkata työntekijän suoraan omille kirjoilleen. (Elomaa 2011, 40). Joskus rekrytoinnin väitetään vievän liikaa aikaa, mutta sitä se varmasti vie, jos ei tiedä mitä ja miksi haetaan. Pitää myös tiedostaa ja myöntää, että erinomaiset tekijät eivät jonota työtä juuri sinun erinomaisesta firmasta. (Helsilä 2002, 22.)

4 PALVELUKOKEMUS

Asiakkaan saamaan palvelukokemukseen vaikuttavat asiakkaan palvelusta saama arvo, palvelun laatu ja asiakastyytyväisyys. Edellä mainittuihin tekijöihin liittyvät muun muassa asiakaspalvelun vuorovaikutustilanteet, palveluympäristö, organisaation imago ja palvelusta peritty hinta. Nämä tekijät vaikuttavat palvelun laatuun, tuottavat asiakkaalle arvoa ja täten luovat asiakastyytyväisyyttä. Jokaisen palvelutilanteen tavoitteena tulisi-kin olla hyvä laatu ja asiakkaan tyytyväisyys, sillä yksittäisistä palvelutilanteiden onnistumisista koostuu asiakkaan tyytyväisyys koko organisaatiota kohtaan. Tyytyväisyyttä voidaan tarkastella niin yksittäisen palvelutapahtuman tasolla kuin kokonaistyytyväisyytenä. (Ylikoski 1999, 153 - 155.) Asiakas saattaa kuitenkin olla tyytyväinen häntä palvelleeseen asiakaspalvelijaan ja koko asiakassuhteeseen, vaikka jokin yksittäinen palvelutapahtuma ei olisikaan sujunut täysin hänen odotusten mukaisesti (Ylikoski yms. 2006, 55).

4.1 Palvelun laatu

Palveluiden monimutkaisuuden vuoksi palveluiden laatu on monisäikeinen asia. Avainasemassa ovat asiakkaat. On tärkeää pohtia, miten asiakkaat kokevat palvelujen laadun ja miten arvioivat sitä. Kun palveluntarjoaja on ymmärtänyt asiakkaan näkökulman, arvioita voidaan hallita ja ohjata haluttuun suuntaan. Tällöin tulee tärkeäksi selvittää palveluajatuksen, asiakkaille tarjottavan palvelun ja asiakkaan saamien hyötyjen keskinäinen suhde. (Grönroos 2009, 98-99.)

Palvelun laadun kokemista on tutkittu laajalti. Tunnetuimpia ja vaikuttavimpia tutkimuksia näistä tutkimuksista ovat Leonard Berryn ja hänen kollegoidensa tekemät tutkimukset SERVQUAL -menetelmän kehittämiseksi. Näissä tutkimuksissa Berry, Parasuraman ja Zeithaml tutkivat palvelun laadun käsitteen pohjalta palvelun laadun osatekijöitä ja sitä, miten asiakkaat arvioivat palvelun laatua. Ensimmäisen tutkimuksen pohjalta syntyi kymmenen palvelun laadun osatekijää. Näillä osatekijöillä pyrittiin siis kuvaamaan sitä, miten asiakkaat palvelun kokivat. Myöhemmin tehdyssä tutkimuksessa palvelun laadun osatekijät karsittiin viiteen osa-alueeseen. Nämä osa-alueet olivat konkreettinen ympäristö, luotettavuus, reagointialttius, vakuuttavuus ja empatia. SERVQUAL -menetelmä perustuu edellä mainittuihin osa-alueisiin ja asiakkaiden palvelua kos-

kevien odotusten ja heidän siitä saamiensa kokemusten vertailuun. (Grönroos 2009, 112, 114, 116.)

Hyvän palvelun laadun osatekijöiden ja attribuuttien luetteloita on tehty monia. Niiden tarkoituksena on antaa riittävän kattava kuva hyvän palvelun puolista. (Grönroos 2009, 121.) Grönroos (2009, 121-122) esittelee kirjassaan laadukkaaksi koetun palvelun seitsemän kriteeriä, jotka ovat yhdistelmä tehdyistä tutkimuksista ja teoreettisista pohdinnoista sekä käytännön kokemuksista. Ensimmäinen seitsemästä kriteeristä on ammattimaisuus ja taidot, joka edustaa teknistä laadun ulottuvuutta ja liittyvät lopputulokseen. Tähän kriteeriin liittyvät asiakkaan ymmärrys ja luottamus palveluntarjoajan ja sen työntekijöiden tietoihin ja taitoihin, operatiivisiin järjestelmiin ja muihin resursseihin, joilla asiakkaan ongelmat voidaan ratkaista ammattitaitoisesti.

Neljä seuraavaa kriteeriä - asenteet ja käyttäytyminen, lähestyttävyyys ja joustavuus, luotettavuus ja palvelun normalisointi – ovat toiminnallisen laadun ulottuvuutta. Asenteiden ja käyttäytymisen kriteeriä avattaessa puhutaan palveluntarjoajan yhteyshenkilön kyvystä ottaa asiakas huomioon ja halusta ratkaista asiakkaan ongelmat spontaanisti ja ystävällisesti. Lähestyttävyyys ja joustavuus tarkoittavat sitä, kuinka helppokäyttöisiksi ja helposti saatavissa oleviksi asiakas kokee ja tuntee palveluntarjoajan palvelut ja kuinka joustavasti palveluyritys on valmis sopeutumaan asiakkaan tarpeisiin. Luotettavuudella tarkoitetaan asiakkaan etujen mukaista toimintaan siten, että palveluyritys pitää kiinni lupauksistaan, mitä tahansa tapahtuikaan ja mistä tahansa onkin sovittu. Palvelun normalisoinnilla halutaan varmistaa, että asiakkaat tietävät palveluyrityksen ryhtyvän välittömästi toimenpiteisiin ja tekevän kaikkensa löytääkseen uuden hyväksyttävän ratkaisun silloin, kun jotain menee pieleen tai tapahtuu jotakin yllättävää.

Kuudes kriteeri, palvelumaisema, liittyy selkeästi prosessiin ja on näin ollen myös osa toiminnallisen laadun ulottuvuutta. Palvelumaisemalla halutaan tukea palvelutapaamisen myönteistä kokemusta. Seitsemäs kriteeri, maine ja uskottavuus, on imagoon liittyvä kriteeri. Se liittyy asiakkaan uskomukseen siitä, että rahoilleen saa vastineen ja palveluyrityksen toiminta on luotettavaa ja sen arvot ja suorituskriteerit ovat sellaiset, jotka asiakas voi hyväksyä. Edellä mainittuja seitsemää kriteeriä voidaan pitää ohjenuorina erityisesti koskien johtamisperiaatteita. Luettelo ei ole tyhjentävä, vaan on sovellettavissa alan ja asiakkaan mukaan. (Grönroos 2009, 121-122.)

Koska palvelun laadun ja asiakastyytyväisyyden mittaamiseen käytetään osittain samoja menetelmiä, on kirjallisuudessa kiistelty siitä, onko palvelun laadun ja asiakastyytyväisyyden välillä eroa ja jos on, kumpi näistä osa-alueista koetaan ensin. Koetun palvelun laadun malli ei ole mittaamismalli, vaan sen tarkoituksena on antaa tutkijalle ja markkinoijalle perusta tietynlaatuisten palvelutarjoaman kehittämiseksi. Esimerkiksi tilanteessa, jossa asiakas kokee ensin tuotteen ominaisuuksien laadun ja päättää vasta sitten onko tyytyväinen tuotteeseen. Samalla tavalla palvelujen kuluttajakin havaitsee ensin palvelun ulottuvuuden laadun ja on vasta sitten tyytyväinen tai tyytymätön saamaansa palvelun laatuun. Tämä looginen analyysi osoittaa palvelun laadun kokemuksen tapahtuvan ensin ja laatua kohtaan koettu tyytyväisyys tai tyytymättömyys syntyy sen jälkeen. (Grönroos 2009, 120-121.)

4.2 Asiakaspalvelu

Palvelun määritelmiä on kirjallisuudessa monenlaisia ja selkeä määritelmä on hyvin vaikea esittää. Vieläkään lopullisesta määritelmästä ei ole päästy yksimielisyyteen. (Grönroos 2009, 76-77.) Grönroos (2009, 77) määrittää palvelun seuraavasti:

”Palvelu on ainakin jossain määrin aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa toiminnot tarjotaan ratkaisuna asiakkaan ongelmiin ja toimitetaan yleensä, muttei välttämättä, asiakkaan, palvelutyöntekijöiden jaltai fyysisten resurssien tai tuotteiden jaltai palveluntarjoajan järjestelmien välisessä vuorovaikutuksessa.”

Ylikoski, Järvinen & Rosti (2006, 14, 54) määrittelee palvelun seuraavasti: Asiakaspalvelu tarkoittaa suppeasti palvelua, jonka asiakas saa palvelutilanteessa. Asiakaspalvelutilanteen tavoitteena on auttaa asiakasta palvelun valinnassa ja käyttämisessä. Vuorovaikutustilanteessa asiakkaan tulee kokea saavansa hyvää palvelua ja tuntea, että hänestä välitetään. Hyvä palvelukokemus taas syntyy onnistuneesta vuorovaikutuksesta asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä. Asiakkaan odotuksien täytyessä, syntyy kokemus hyvästä laadusta. Laajemmasta näkökulmasta tarkasteltuna asiakaspalvelu voidaan määrittää kokonaisvaltaiseksi huolenpidoksi asiakkaista. Tällä tarkoitetaan sekä yksittäisten palvelutilanteiden että asiakassuhteiden hoitoa parhaalla mahdollisella tavalla.

Grönroosin (2009, 79) mukaan palveluista löytyy lähtökohtaisesti kolme yleisluonteista peruspiirrettä:

1. Palvelu nähdään prosessina, joka sisältää joukkoja erilaisia toimintoja.
2. Palveluja tuotetaan ja kulutetaan ainakin osittain samanaikaisesti.
3. Asiakas on kanssatuottajana palvelun tuotantoprosessissa ainakin jossain määrin.

Palveluiden tärkeimpänä piirteenä nähdään niiden prosessiluonne, missä palvelut ovat toiminnoista koostuvia prosesseja. Näissä prosesseissa käytetään monenlaisia resursseja, kuten ihmisiä ja muita fyysisiä resursseja, tietoa, järjestelmiä ja infrastruktuureja. Resurssit ovat useimmiten suorassa vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa, jotta asiakkaan ongelmaan löydetään ratkaisu. (Grönroos 2009, 79.) Tulevaisuudessa asiakkaan tyytyväisyys ja asiakaskeskeisyys korostuvat. Yrityksen toiminnan jatkuvuus ja selviytymisen mahdollistuu, kun asiakas on tyytyväinen saamaansa palveluun. (Aarnikoivu 2005, 14.)

Jokainen asiakaspalvelutilanne on aina heterogeeninen eli erilainen (Ylikoski yms. 2006, 15). Palvelun erilaisuuteen vaikuttavat asiakaspalvelijan ammattitaito ja persoonallisuus sekä asiakkaan omat tarpeet ja luonteenpiirteet (Grönroos 2009, 81; Ylikoski ym. 2006, 15). Yhden asiakkaan saama palvelu ei ole koskaan täysin samanlaista kuin toisen asiakkaan. Vaikka kaikki muu säilyisikin ennallaan, sosiaalinen suhde on aina erilainen ja asiakas saattaa toimia eri tavoin. Palveluiden erilaisuus eli heterogeenisyys aiheuttaa haasteen palveluiden johtamiselle. Haasteena on pitää asiakkaille tuotetun ja tarjotun palvelun koettu laatu tasaisena. (Grönroos 2009, 81.)

4.2.1 Kasvotusten tapahtuva asiakaspalvelu

Jokaisen asiakkaan kohtaaminen on mahdollisuus vaikuttaa asiakkaan käsitykseen yrityksestä ja saavuttaa asiakkaan luottamus. Parhaiten asiakkaaseen vaikuttaminen onnistuu kasvotusten, koska silloin asiakaspalvelijalla on käytössään kaikki vuorovaikutuksen keinot. Kasvotusten tapahtuva asiakaspalvelu mahdollistaa palveluhalun, arvostamisen, ystävällisyyden ja aktiivisuuden näkyväksi tulemisen paremmin kuin esimerkiksi sähköpostilla tai puhelimitse tapahtuvassa asiakaspalvelussa. (Ylikoski yms. 2006, 110.)

Asiakastapaaminen kasvotusten edellyttää asiakaspalvelijalta yrityksen palvelujen tuntemista sekä viestintä- ja tunnetaitoja. Ammattimaiseen ja hyvään palveluun kuuluu kokonaisvaltaista osaamista, hankittuja taitoja ja palveluhalua, joita sovelletaan systemaattisissa palveluprosesseissa. Palvelutilanteen ensi hetket ovat ratkaisevat. Asiakaspalvelijan pitää valpastua aina aloittaessaan uuden asiakkaan tapaamisen ja tervehtiä jokaista asiakasta kuin päivän tärkeintä asiakasta. Tunnelman luominen asiakaspalvelutilanteessa on asiakaspalvelijan tehtävä. Asiakkaalle myönteinen tunne luodaan tapaamisen alussa mm. ystävällisellä hymyllä ja katsekontaktilla. Asiakaspalvelijan fyysinen viestintä kertoo henkilön asennoitumisesta itseensä, asiakkaaseen, asiakaspalveluun ja ennen kaikkea elämään. (Ylikoski yms. 2006, 106-107.)

4.2.2 Puhelimessa tapahtuva asiakaspalvelu

WorkPowerilla asiakaspalvelusta pääosa tapahtuu puhelinkommunikaation välityksellä, koska pääpaino ei ole henkilöstövuokraamon toimipisteessä itsessään. Asiakkaat eivät juurikaan vieraile WorkPowerin toimistolla. Kasvokkain tapahtuva asiakaspalvelutilanne ja puhelinpalvelu eroavat toisistaan siinä, että kasvokkain tapahtuvassa asiakaspalvelutilanteessa on läsnä henkilöiden lisäksi vuorovaikutuksessa olevien ilmeet ja eleet ja ympärillä olevat puitteet (Roos & Systä 2001, 133). Puhelinpalvelussa näitä tekijöitä ei ole, vaan asiakaspalvelijalla on käytössään pelkästään ääni ja kuulo. Kuulemiensa sanojen ja äänen perusteella asiakas luo mielikuvia ja täydentää mielessään sen mitä ei näe. (Ylikoski yms. 2006, 111.) Olennaista tuloksellisessa ulossoitossa on soittajan taidot ja kyvyt. Erityisen tärkeitä asiakaspalvelijalta löytyviä tekijöitä ovat aito asiakaskeskeisyys, positiivinen asiakaskäsitys, luottamusta ja pätevyyttä henkivä ääni, kuuntelutaito, tavoitteellisen kyselytekniikan hallinta, perustelukyky, havainnollistaminen ja karisma. Koko asiakaskohtaamisen tulisi aina keskittyä asiakkaan kuuntelemiseen, jonka kautta asiakaspalvelija pystyy asiakkaan kertoman perusteella johdattamaan keskustelua toivottuun suuntaan. Viestinnän tavoitteena on pyrkiä siihen, että asiakkaan ja asiakaspalvelijan välille muodostuu kumppanuussuhde, jossa kumpikin osapuoli on tasavertainen toimija. (Aarnikoivu 2005, 108-110, 117.)

Puhelimitse tehtävä asiakastyö eli ulossoitto on viime aikoina korostunut asiakassuhteen hoidon välineenä. Ulossoitto on laadukas osa asiakassuhteenhoitoa, jolla pyritään asiakassuhteen jatkuvuuteen. Sen ensisijaisena tavoitteena on laadun tavoittelu ja asi-

akkaan sitouttaminen yritykseen mahdollisimman pitkälle aikavälille. Lopullinen yrityksen tavoite on myynnin aikaansaaminen. Ulossoitossa pyritään kuitenkin pitkäjänteisesti siihen, että asiakas on tyytyväinen tekemäänsä ostopäätökseen myös myyntitilanteen jälkeen. Puhelimitse tehtävässä asiakastyössä on aina kyse myynnistä ja sitä kautta ostopäätöksen syntymistä. (Aarnikoivu 2005, 100-101, 105, 108.)

4.2.3 Asiakaspalvelu ongelmatilanteissa

Grönroos (2009, 158-161) käyttää ongelmatilanteista termiä palvelun normalisointi, jolla tarkoitetaan keinoa hallita asiakassuhteessa ilmeneviä ongelmia, epäonnistumisia ja muita virheitä. Ihannetapauksessa palveluprosessissa ei tapahdu virheitä, mutta ihmiset luovat palvelut, jolloin on inhimillistä, että virheitä tapahtuu. Omien työntekijöiden lisäksi IT-järjestelmät saattavat kaatua ja jopa toiset asiakkaat voivat olla häiriöksi toisille asiakkaille. Tällöin syy ei välttämättä ole palveluyrityksessä itsessään. Syyllisestä riippumatta ongelmatilanteet ovat palveluntarjoajalle mahdollisuus osoittaa sitoutumisen laadukkaaseen palveluun.

Palveluntarjoajan on vastattava ongelman ratkaisemisesta siten, että asiakas on tyytyväinen. Asiakkaan menettämisen riski luonnollisesti kasvaa, jos asiakas kokee saaneensa huonoa laatua. Reklamaation tehneelle asiakkaalle valitukseen pitää vastata riittävän nopeasti, huomaavaisesti ja empaattisesti tai koko asiakassuhteen laatu kärsii. Kerran laatuongelmasta kärsineelle asiakkaalle seuraava palvelutapahtuma pitää toimittaa erityisen huolellisesti ja täsmällisesti. Yksi virhe ei silti välttämättä vahingoita asiakassuhdetta, sillä palveluntarjoajat saavat usein toisen mahdollisuuden ja jos se hyödynnetään oikein, voidaan asiakkaan laatukokemus vielä muuttaa hyväksi. Jos palveluyritys hallitsee palvelun normalisoinnin hyvin, voidaan sillä kasvattaa luottamuksellista asiakassuhdetta ja lisätä asiakkaan sitoutumista yritykseen. Pitää muistaa, että huonosti hoidettu palvelun normalisointi muodostaa perustan asiakassuhteen heikentymiselle. (Grönroos 2009, 158-161).

Aarnikoivun (2005, 75) mukaan tyytymättömän asiakkaan kohtaamisen vaiheet ovat kuunteleminen, jolloin asiakkaalle annetaan mahdollisuus mielipahan purkamiseen; pahoittelu, jolla osoitetaan asiakkaalle huomiota ja empatiaa; tyytymättömyyden syyn selvittämien; ratkaisuvaihtoehtojen ja aikataulun selvittäminen; asiakkaalle vastaaminen

heti tai sovitussa aikataulussa; kerrotaan vaikutukset, jottei asia enää toistu; tilanteen jälkihoito, jolloin selvitetään asiakkaan tyytyväisyys tai tyytymättömyys reklamaation hoitoon.

4.3 Asiakastyytyväisyys

Pakkanen, Korkeamäki, Kiiras (2009, 176) määrittelevät asiakastyytyväisyyden seuraavasti:

”Asiakkaan kokema laatu suhteessa asiakkaan tarpeisiin ja odotuksiin. Odotuksiin vaikuttavat esim. aiemmat kokemukset ja markkinointiviestintä. Mikäli kokemukset ovat huonommat kuin odotukset, asiakas pettyy. Mikäli kokemukset ovat odotusten mukaiset, asiakas on tyytyväinen. Mikäli kokemukset ovat paremmat kuin odotukset, asiakas on positiivisesti yllättänyt.”

Asiakkaan käytettyä palvelua, on hän joko tyytyväinen tai tyytymätön. Laadukkaaseen tuotteeseen tai palveluun on helppo olla tyytyväinen, mutta pelkkä laatu ei kuitenkaan ratkaise. Myös muut palvelukokemukseen liittyvät asiat voivat vaikuttavaa joko positiivisesti tai negatiivisesti tyytyväisyyteen. Asiakastyytyväisyys on laaja käsite ja laatu on vain yksi tyytyväisyyteen vaikuttava tekijä. (Ylikoski 1999, 149.)

Kuluttajat etsivät ja käyttävät eri palveluita tyydyttääkseen jonkin tarpeen. Kuluttajan mielestä tyytyväisyyden kokemus liittyy siihen, minkälaisen hyödyn hän palvelua ostaessa saa. Tyytyväisyyteen vaikuttavat tyytyväisyys palvelun ominaisuuksiin, tyytyväisyys palvelun käytön seurauksiin ja kuinka nämä yhdessä täyttävät tavoitellun lopputuloksen tarpeen tyydyttämiseksi. (Ylikoski 1999, 151.) Esimerkiksi palvelun helppo saatavuus ja edullisuus voivat olla tärkein tyytyväisyyden lähde. Asiakkaat ovat kuitenkin yksilöitä, joten tyytyväisyyttä luovat asiat voivat muodostua eri tekijöistä. Asiakkaan kokemaan arvoon vaikuttavat asiat, jotka hän saa palvelun tuloksena. Asiakas vertaa palvelusta saatua hyötyä siihen, kuinka paljon hän itse on palvelun saamiseksi nähnyt vaivaa, käyttänyt aikaa ja varoja. (Ylikoski yms. 2006, 55.)

Jokaisella organisaatiolla on tietyt tärkeimmät tyytyväisyyttä tai tyytymättömyyttä aiheuttavat tekijät. Näitä tekijöitä kutsutaan kriittisiksi tekijöiksi. Ne ovat ehdottoman tärkeitä asiakastyytyväisyyden muodostumisessa. Jos kriittisissä tekijöissä epäonnistutaan, johtaa se asiakkaiden tyytymättömyyteen. Esimerkkinä kriittisistä tekijöistä voidaan

ottaa pikaruokaravintola, jossa kriittiseksi tekijöiksi voidaan havaita muun muassa palvelunopeus, asiakaspalvelijan ystävällisyys ja ruuan hyvä maku. Asiakkaan kokonaistyytyväisyys muodostuu näistä kriittisistä tekijöistä ja jos yksi tai useampi tekijä ei täytä odotuksia, asiakkaan tyytyväisyys laskee. (Ylikoski 2006, 158.)

4.4 Asiakasuskollisuus

On selvää, että tyytymättömät ja uutta toimittajaa aktiivisesti harkitsevat asiakkaat vaihtavat toimittajaa kaikkein todennäköisimmin, mutta pitää muistaa, ettei pelkkä asiakkaan tyytyväisyys kuitenkaan takaa asiakasuskollisuutta. Pitää ymmärtää, että tyytyväinen asiakas saattaa vaihtaa toimittajaa, mikäli siihen tulee sopiva tilaisuus. Yrityksen pitää tunnistaa tekijät, jotka edistävät ja vähentävät asiakkuuksien liikkumista, jotta omilla toimilla voidaan sitä vähentää. Perinteiseen uskomukseen tyytyväisen asiakkaan lojaaliudesta, ei kokonaan kannata tuudittautua. Haastavaa on tunnistaa sellaiset asiakkaat, jotka ovat tyytymättömiä, mutta eivät tuo sitä ilmi. Sekä asiakastyytyväisyyteen että asiakkuuksien säilyttämiseen panostamalla kasvatetaan asiakasuskollisuutta. Asiakkaan asenteiden ja arvojen pohjalta tehtyjä ostopäätöksiä on vaikea tunnistaa ja johtaa, mutta toisaalta ilmiselviin tyytymättömyystekijöihin on usein helppo ja nopea reagoida. Asiakkuudenhallinnassa kannattaa siksi panostaa tekijöihin, jotka pidentävät asiakkuuksien kestoa. Uskollinen asiakas ostaa enemmän. (Mäntyneva 2001, 23-24.)

Kanta-asiakkaat ovat erittäin tärkeitä, sillä uskolliset asiakkaat ovat usein kannattavia. Asiakassuhteen pitkittyessä kannattavuus paranee muun muassa seuraavien syiden vuoksi (Lahtinen & Isoviita 2001, 89-90):

- Perusostot lisääntyvät: Tyytyväinen asiakas lisää vähitellen ostojen määrää
- Lisäostot: Asiakas, jota palvellaan hyvin, saattaa keskittää ostot yhteen yritykseen ja mahdollisesti laajentaa hankintojaan myös muihin yrityksen tuote- tai palveluvalikoimiin.
- Hintojen nousu: Palveluun tyytyväinen asiakas on valmis maksamaan hieman korkeampaa hintaa hyvästä palvelusta ja sen vaivattomuudesta, riskittömyydestä ja varmuudesta. Vaikka kilpailijalla olisi hieman halvempi hinta, asiakas laittaa asiakassuhteelle arvoa sen verran paljon, ettei hän lähde vaihtamaan toimittajaa kovin heppoisin perustein.

- Alentuneet kustannukset: Uusiasiakashankintaan laitettut panostukset tulevat nopeasti kalliiksi verrattuna pitkäaikaisiin asiakkaisiin, jotka tunnetaan hyvin ja siksi heitä osataan palvella oikein, jolloin myös aikaa ja kustannuksia nielevät reklamaatiot ja muut ongelmatilanteet vähenevät.
- Referenssit: Asiakkaan antamat suositukset ovat yrityksen paras mainosvaltti. Ne ovat myös usein uskottavampia ja tehokkaampia kuin yksikään mainos tai muu markkinointitempaus. Suuri osa tyytyväisistä asiakkaista tekee markkinointia yrityksen puolesta ja vielä ilmaiseksi.

LIKKUVUUS	Korkea	Tyytymätön kokeilija	Tyytyväinen kokeilija
	Alhainen	Tyytymätön stabiili	Tyytyväinen Stabiili
		Alhainen	Korkea
		ASIAKASTYYTYVÄISYYS	

KUVIO 3. Asiakkaan tyytyväisyyden ja liikkuvuuden korrelaatio (Mäntyneva 2001, 24).

4.5 Asiakastyytyväisyyden tutkiminen

Asiakastyytyväisyyden tutkimisen prosessi voidaan jakaa seitsemään vaiheeseen. Ensin selvitetään tyytyväisyystekijät, jotka vaikuttavat asiakkaan kokemaan palvelun laatuun. Toisena vaiheena laaditaan kyselylomake perustuen kriittisiin tyytyväisyystekijöihin. Kolmantena toteutetaan asiakastyytyväisyystutkimus ja analysoidaan tulokset. Seuraavaksi laaditaan toimenpiteet, jonka jälkeen henkilöstö sitoutetaan toteuttamaan suunniteltuja toimenpiteitä. Viimeisenä vaiheena tulee asiakastyytyväisyyden jatkuva seuranta. (Ylikoski 1999, 156.)

Asiakastyytyväisyystutkimuksella saadaan tietoa koko palvelukokonaisuudesta, sillä hyvin laaditulla tutkimuksella saadaan ilmi asiakkaiden tyytyväisyys tai tyytymättömyys palvelun eri osa-alueisiin (Lahtinen, Isoviita 1998, 64). Tutkimusten avulla pyritään asiakastyytyväisyyden parantamiseen ja seuraamaan kuinka tyytyväisyys kehittyy. Asiakastyytyväisyystutkimukselle voidaan antaa neljä päätavoitetta. Ensimmäisen ta-

voite on selvittää asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat keskeiset tekijät. Pyritään selvittämään, mitkä tekijät yrityksen toiminnassa tuottavat asiakkaille tyytyväisyyttä. Toinen tavoite on saada selville tämän hetkinen asiakastyytyväisyyden taso. Kolmanneksi tavoitellaan toimenpide-ehdotusten laatimista tyytyväisyystutkimuksen pohjalta. Saadaan selville, mitä toimenpiteitä tyytyväisyyden kehittäminen edellyttää ja mitkä ovat toimenpiteiden tärkeysjärjestys. Neljäs tavoite on asiakastyytyväisyyden kehittymisen seuranta. Tutkimus pitää toistaa tietyin väliajoin, joten nähdään miten aiempien tutkimuksien pohjalta tehdyt kehitystoimenpiteet ovat vaikuttaneet ja miten asiakastyytyväisyys on kehittynyt. (Ylikoski 1999, 156.)

Monesti asiakastyytyväisyystutkimuksella otetaan asiakaskunnasta tilastollinen näyte ja tutkimus kohdistetaan tähän valittuun asiakasjoukkoon. Tilastollisella näytteenotolla pitää pyrkiä saamaan riittävän suuri vastaajajoukko yrityksen asiakkaista, jotta tutkimustulokset olisivat luotettavia. Kun kysely on suoritettu, aletaan analysoida aineistoa. Tilastollisten menetelmien käytöllä isosta tietomassasta saadaan esille oleellinen tieto. Asiakastyytyväisyystietoja voidaan yksinkertaisimmillaan tarkastella prosenttilukujen ja keskiarvojen avulla, jotka esitetään kuvioiden ja taulukoiden avulla. Tutkimuksen tuloksilla saadaan selville asiakastyytyväisyyden taso koko asiakaskunnassa tai tutkimukseen valitulla asiakassegmentillä. Tutkimustulosten käytännöksi muuttaminen ei tapahdu itsestään. Analysointien perusteella pitää pohtia millaisia kehitys- ja toimenpidesuunnitelmia pitää laatia ja laittaa ne käytäntöön. Vaikka tyytyväisyyden taso olisi hyvä, niin tutkimuksia tarvitaan jatkossakin, sillä asiakastyytyväisyys muuttuu jatkuvasti. Asiakastyytyväisyyden seurantaan ei riitä pelkät usean vuoden välein toistettavat asiakastyytyväisyyskyselyt, vaan asiakaspalautetta on hyvä kerätä ja laittaa muistiin heti palvelutilanteessa. Suoran asiakaspalautteen ja asiakastyytyväisyystutkimuksen tuloksia yhdistelemällä asiakastyytyväisyydestä saadaan monipuolisempi kuva. Laajemmilla tutkimuksilla on kuitenkin merkittävä rooli asiakastyytyväisyyden seurannassa. (Ylikoski 1999, 156.)

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

5.1 Työn tausta

Opinnäytetyö sai alkunsa, kun työskentelin WorkPowerilla työharjoitteluni jälkeen os aikaisena koulun ohella lokakuussa 2011. Silloin tuli ajankohtaiseksi alkaa miettimään opinnäytetyön aihetta. Yhtenä työpäivänä keskustelimme mahdollisista tutkimusaiheista silloisen rakennusalan toimialapäällikön Anja Pajalan kanssa. Kävi ilmi, että asiakastytyväisyystutkimusta ei olla WorkPowerilla toteutettu aiemmin, joten tutkimuksen tekeminen olisi ajankohtaista. WorkPowerilla oltiin suunniteltu tutkimuksen toteuttamista jo vuonna 2008, mutta silloin alkava lama sotki kuvioita sen verran, että tutkimuksen toteuttaminen jäi. Tulimme lopulta siihen tulokseen, että voisin toteuttaa asiakastytyväisyystutkimuksen yrityksen kaikille asiakkaille.

Vuoden 2011 marraskuun lopulla toteutin ensimmäisen kyselyn kaikille WorkPowerin asiakkaille mukaan lukien MediPowerin asiakkaat. Tutkimuksesta oli tarkoitus tehdä helposti toistettava ja sellainen siitä tehtiinkin. Ensimmäisen tutkimuksen jälkeen siirsin tutkimuksen tulokset Exceliin ja tein tuloksista helposti luettavat taulukot. Tulokset toimitin WorkPowerille ennen vaihtoon lähtöä tammikuussa 2012. Analysoimme tulokset ja teimme niiden pohjalta pieniä viilauksia WorkPowerin toimintaan. Muuten opinnäytetyö jäi vielä keskeneräiseksi ennen vaihto-opiskeluita ja vaihto-opiskeluiden aikana työ ei edennyt.

Vaihto-opintojen jälkeen aloitin WorkPowerilla vakituisena työntekijänä ja opinnäytetyön tekeminen jäi muiden työkiireiden takia. Vuonna 2014 käynnistelin taas työtä uudestaan, mutta silloin vuoden 2011 tutkimus oli jo sen verran vanha, että päätimme yhdessä WorkPowerin toimitusjohtajan kanssa, että tutkimuksen toistaminen olisi tarpeellista ja näin saisin tuoretta materiaalia työtä varten. Tutkimuksen toistamisesta oli puhetta jo heti ensimmäisen tutkimuksen aikaankin, että joko minä tai joku muu tulee tutkimuksen toistamaan tulevaisuudessa. Toisella tutkimuskerralla vastaajajoukko rajoitettiin Tampereen rakennusalan asiakkaisiin ja työssä tuloksia vertaillaan Tampereen rakennusalan asiakkaiden 2011 ja 2014 tutkimustuloksien pohjalta.

5.2 Tutkimuksen tarkoitus ja tutkimusongelma

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää WorkPowerin palvelun laatua Tampereen rakennusalan asiakkaiden osalta. Tutkimuksessa halutaan tuoda esille palvelun laatua kehitettäviä asioita, sekä seikkoja, jotka WorkPowerin palvelussa toimivat ja mihin ollaan tyytyväisiä. Tutkimus on luonteeltaan vertaileva, jossa tarkoituksena on vertailla palvelun laadun ja asiakastyytyväisyyden tasoa ja niiden kehittymistä vuosien 2011 ja 2014 vertailujaksolla.

Tutkimusongelman ratkaiseminen on usein helpompaa kuin sen asettaminen ja muotoileminen. Hyvä kysymys on jo puoli vastausta, sanoo vanha sanonta. Selvemmin erottuviin vaiheisiin jakautuva kvantitatiivinen tutkimus asettaa tutkimusongelman selvemmin näkyviin kuin kvalitatiivinen tutkimus, jossa usein sanaa ”ongelma” ei edes haluta käyttää, vaan sen sijaan puhutaan tutkimustehtävästä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa ongelma pyritään esittämään mahdollisimman selkeästi. Tutkimukseen pitäisi löytää juoni tai johtoajatus, jonka mukaisesti voidaan toteuttaa myös tutkimuksen pääongelma. Pääongelma on yleisluontoinen kysymys, jonka kautta pyritään hahmottamaan koko tutkittavaa kokonaisuutta. Laajaa pääongelmaa on hyvä täsmentää alaongelmien avulla, joihin vastaamalla mahdollistetaan vastaaminen pääongelmaan. (Hirsjärvi, Remes, Sajaavaara, 2007, 121-124).

Tutkimusongelma määriteltiin yhdessä WorkPowerin toimitusjohtajan kanssa, jotta tutkimuksesta saataisiin parhaalla mahdollisella tavalla niitä vastauksia, joita haluttiin selvittää. Pää tutkimusongelmaksi muodostui, millainen WorkPowerin palvelun laatu ja asiakastyytyväisyyden taso on Tampereen rakennusalan asiakkaiden osalta vuosina 2011 ja 2014 ja miten se on kehittynyt kyseisellä vertailujaksolla. Pääongelmaa lähestyttiin selvittämällä ne asiat, joissa on kehitettävää, sekä seikat, jotka WorkPowerin palvelussa toimivat ja mihin ollaan tyytyväisiä. Pääongelma täsmennettiin kolmeen alaongelmaan; millainen on WorkPowerin yleiskuva, millaiseksi koetaan Workpowerin toimihenkilöiden asiakaspalvelu ja millaisena pidetään WorkPowerin vuokratyöntekijöitä. Tutkimuksen avulla halutaan myös löytää vastauksia, joiden kautta halutaan selvittää asiakkaiden mielipiteitä WorkPowerin toiminnasta verrattuna kilpailijoihin ja suhtautumista työntekijöiden tuntien hyväksyntään WorkPowerin internetpalvelussa. Halutaan myös saada selville vuokrafirman valintaan liittyviä syitä.

5.3 Tutkimusmenetelmä ja aineiston keruu

Tutkimus on luonteeltaan kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Kvantitatiivista tutkimusmenetelmää kutsutaan myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Tilastollisella tutkimuksella voidaan selvittää tiettyihin prosenttiosuuksiin ja lukumääriin liittyviä kysymyksiä, eri asioiden välisiä riippuvuussuhteita ja ilmiöiden muutoksia. Kvantitatiivinen tutkimus on numeerisesti suuri, edustava otos ja se vastaa kysymyksiin mikä, missä, paljonko ja kuinka usein? Ilmiöt kuvataan numeerisen tiedon pohjalta. (Heikkilä 2005, 16-17). Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta käytettiin, jotta saataisiin laaja-alainen näkemys WorkPowerin palvelun laadusta mahdollisimman monelta asiakkaalta.

Tutkimuksen aineisto on kerätty kvantitatiiviselle tutkimukselle perinteisellä tavalla eli survey-tutkimuksella (Hirsjärvi ym. 2007, 186). Survey-tutkimus on suunnitelmallinen kysely- ja haastattelututkimus. Survey-tutkimus on tehokas ja taloudellinen tapa kerätä tietoa, kun tutkittavia paljon. (Heikkilä 2005, 19.) Tämän tyyppiselle tutkimukselle on ominaista standardoidut kyselylomakkeet, jossa asiaa kysytään kaikilta vastaajilta täsmälleen samalla tavalla (Heikkilä 2005, 16; Hirsjärvi ym. 2007, 188).

Tiedonkeruumenetelmän valintaan vaikuttavat monet asiat, kuten tutkittavan asian luonne, tutkimuksen tavoite, aikataulu ja budjetti (Heikkilä 2005, 19). Valitsin tutkimukseni tiedonkeruumenetelmäksi verkkokyselyn. Liitteen 1 ja 2 (2014; 2011) mukaiset kyselylomakkeet lähetettiin asiakkaille sähköpostilla saatekirjeen kera. Tämän tyyllisen kyselyn etuna on nopeus ja vaivaton aineiston saanti, mutta suurimpana ongelmana vastaajajoukon aktivointi osallistumiseen (Hirsjärvi ym. 2007, 191). Ensimmäinen tutkimus toteutettiin marraskuussa 2011, jolloin kysely lähetettiin 398 asiakkaan sähköpostiin. Vastausaika oli 10 päivää ja puolivälissä lähetettiin yksi muistutuskirje sähköpostilla. Vastauksia tuli 84 kpl, jolloin vastausprosentiksi muodostui 21%. Vuonna 2014 tutkimus toteutettiin joulukuussa ja se lähetettiin 387 asiakkaalle ja vastauksia tuli 92 kappaletta, jolloin vastausprosentiksi muodostui 24%. Vastausaikaa vuonna 2014 oli sama 10 päivää kuin vuonna 2011. Muistutusviestejä kyselyyn vastaamisesta lähetettiin kaksi, toinen puolivälissä vastausaikaa ja toinen kyselyn viimeisenä aamuna. Useimmiten tutkija joutuu muistuttamaan kyselyyn vastaamisesta niin sanotusti karhuamaan vastauksia, joka toistetaan yleensä kaksi kertaa (Hirsjärvi 2007, 191). Tutkimustulokset on analysoitu ja taulukoitu Microsoft Office Excel -ohjelmistolla.

5.4 Kyselylomakkeen laadinta

Kyselylomake on kyselytutkimuksen olennainen osatekijä (Heikkilä, 2005, 47). Kysely laadittiin Tampereen ammattikorkeakoulun sähköisellä lomake-editorilla. Kyselylomakkeen kysymysten muodostamisella on suuri merkitys lomakkeen laatimisen prosessissa (Heikkilä 2005, 47). Mietimme toimeksiantajan kanssa WorkPowerin toiminnan kriittisiä tekijöitä ja pyrimme ottamaan ne mahdollisimman hyvin huomioon kysymyksiä laadittaessa. Kvalitatiivista esitutkimusta ei tehty asiakkaille ennen tutkimuslomakkeen laadintaa.

Tutkimuksen kyselylomakkeen kysymykset on jaettu kolmeen osaan. Näitä ovat taustatiedot, WorkPowerin toiminta ja muut tarkentavat kysymykset. Taustatiedoilla pyritään kartoittamaan asiakkaan ominaisuuksia, kuten asiakkuuden kestoa ja asiointitiheyttä. WorkPowerin toiminta -osuus on laadittu pohjautuen Grönroosin (2009, 121-122) hyväksi koetun palvelun seitsemään kriteeriin. Palvelun laatua mitattiin kolmella eri osalla, joita olivat yleiskuva, toimihenkilöiden asiakaspalvelu ja kokemukset tuotteesta eli WorkPowerin vuokratyöntekijöistä. Workpowerin yleiskuvan kysymykset laadittiin pohjaustuen maine ja uskottavuus sekä lähestyttävyys ja joustavuus -attribuutteihin. Toimihenkilöiden asiakaspalveluun liittyvät kysymykset on luotu asenteet ja käyttäytymisen -attribuutin pohjalta. Ammattimaisuus ja taidot -attribuuttia on hyödynnetty laadittaessa kysymyksiä koskien yrityksen vuokratyöntekijöitä. Muut tarkentavat kysymykset koskevat WorkPowerin yhteyshenkilön yhteydenpitoa asiakkaisiin, tilaukseen vaikuttavia tekijöitä, vertailua kilpailijoihin sekä tuntien kirjausta nettipalvelussa. Lopuksi asiakkaille on annettu mahdollisuus vapaaseen kommentointiin avoimen kentän muodossa.

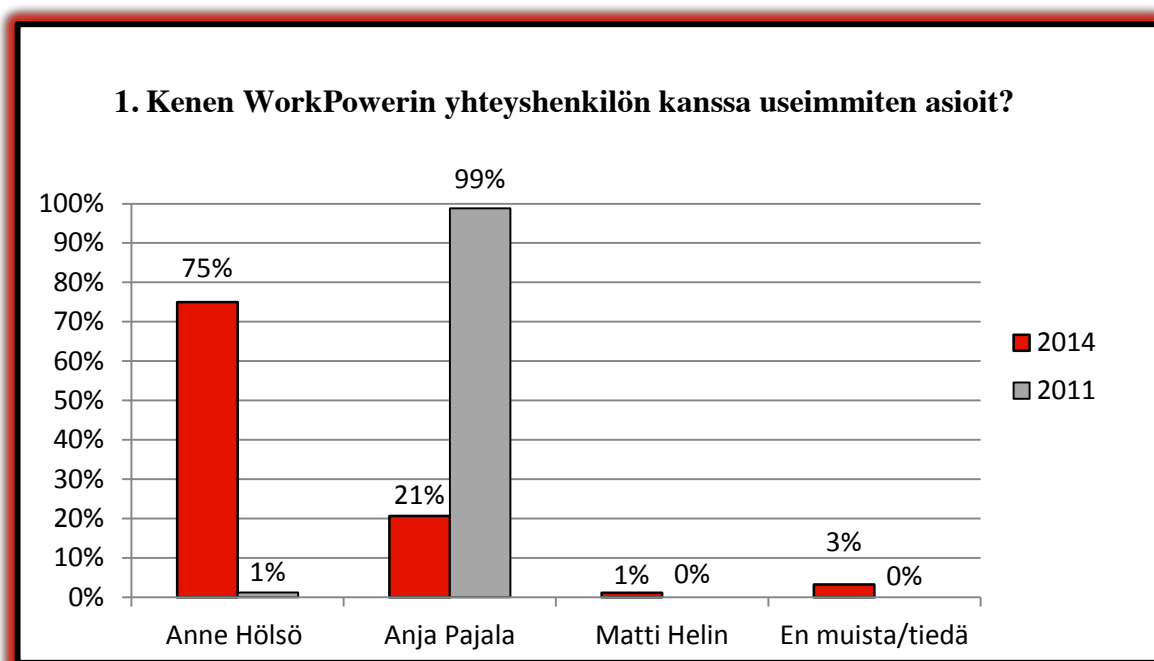
Kyselylomake koostuu 32 kysymyksestä. Tutkimuksen kyselyn taustakysymykset ovat tyypiltään joko monivalintakysymyksiä tai sekamuotoisia kysymyksiä. Monivalintakysymyksissä on valmiit vaihtoehdot, joista ympyröidään sopivin vaihtoehto. Sekamuotoisissa kysymyksissä osa vastausvaihtoehdoista on annettu ja yleensä yksi kysymys on avoin. (Heikkilä 2005, 50, 52.) WorkPowerin toimintaa koskevissa kysymyksissä on käytetty Likert-asteikkoa. Likert-asteikko on mielipideväittämissä useimmiten käytetty 4- tai 5-portainen järjestysasteikon tasoinen asteikko. Vastaajan tulee valita asteikolta parhaiten omaa käsitystään vastaava vaihtoehto. (Heikkilä 2005, 53.) Tässä tutkimuksessa käytetään asteikkoa välillä 0-4. Asteikossa toisena ääripäänä on vastausvaihtoehto

täysin samaa mieltä ja toisena ääripäänä täysin erimieltä. Vaihtoehto 0 edustaa ”en osaa sanoa” –vastauksia. Valitsin kyseisen 0-4 asteikon, jotta pystyin laskemaan väittämille keskiarvot siten, ettei ”en osaa sanoa” -vaihtoehto, vääristä tuloksia. Muut tarkentavat kysymykset koostuvat monivalintakysymyksistä ja avoimista kysymyksistä.

6 TUTKIMUKSEN TULOKSET

6.1 Taustatiedot

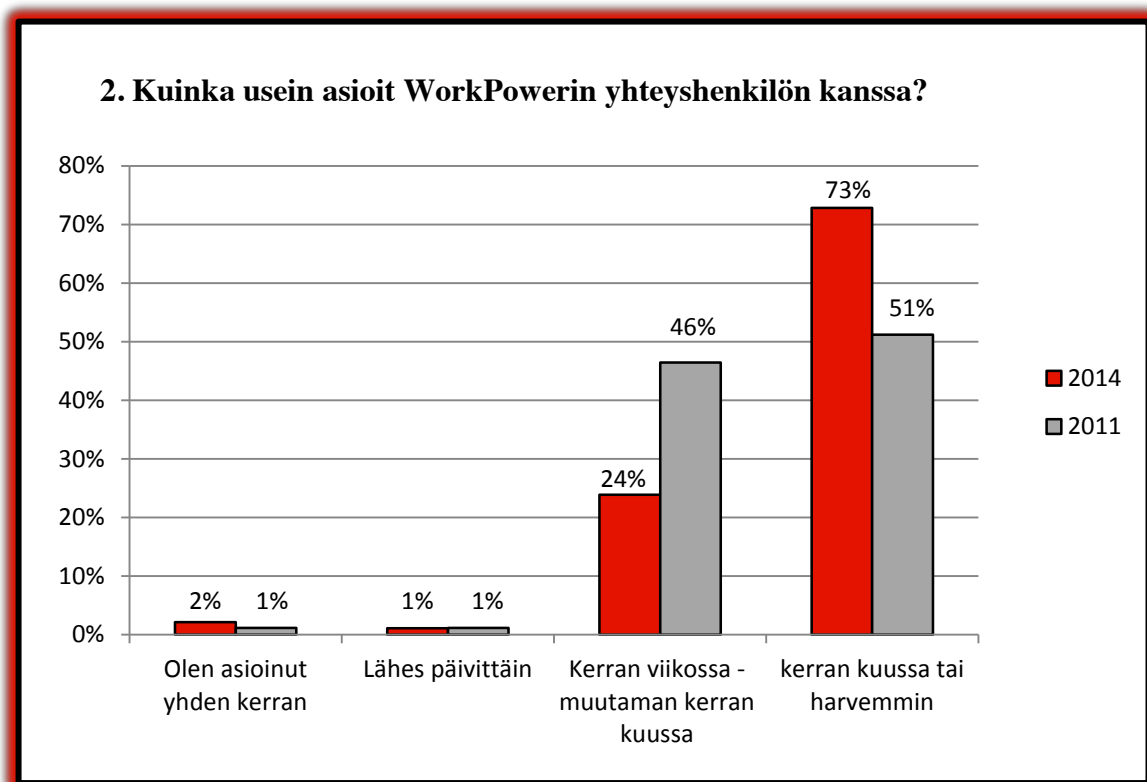
Ensimmäisessä taustatietoja koskevassa kysymyksessä tiedusteltiin kenen yhteyshenkilön kanssa vastaaja useimmiten asioi. Vaihtoehtoiksi annettiin kaikki myyntityötä WorkPowerin Tampereen konttorilla rakennusalan parissa tekevien henkilöiden nimet. Vuonna 2011 myynnistä vastasi Anja Pajala, jolloin vastaajista 99% asioi Anjan kanssa. Yhteyshenkilö kuitenkin vaihdettiin 2012 Anjan äitiysloman johdosta Anne Hölsöön. Vuonna 2014 Anne toimi yhteyshenkilönä 75% vastaajista. Anja Pajala toimii tällä hetkellä WorkPowerin toimitusjohtajana ja 21% asiakkaista pitää häntä yhteyshenkilönään. Matti Helin vastaa enemmän henkilöstöpuolesta, eikä hänellä ole varsinaista asiakasvastuuta. Se huomataan tuloksistakin, sillä vain 1% asiakkaista asioi Matin kanssa. Vuonna 2014, 3% asiakkaista ei muistanut tai tiennyt kenen kanssa pääsääntöisesti asioi. Vuonna 2011 kaikki osasivat mainita yhteyshenkilönsä nimeltä. Vuonna 2014 vastaajia oli 92kpl ja vuonna 2011 84kpl. (Kuvio 4.)



KUVIO 4. Kenen kanssa vastaaja on useimmiten asioinut.

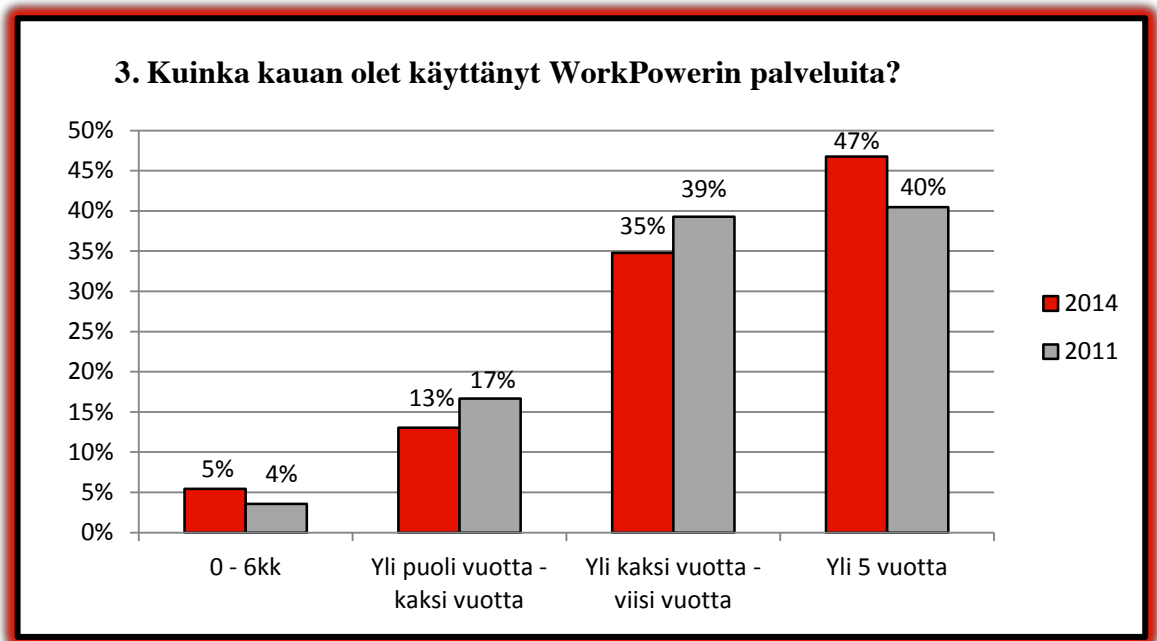
Toisella kysymyksellä haluttiin selvittää, kuinka usein asiakas asioi WorkPowerin yhteyshenkilön kanssa keskimäärin ja onko asiointitiheys muuttunut vuosien 2011 ja 2014

välillä. Vuonna 2011 46% vastaajista asioi kerran viikossa – muutaman kerran kuussa ja 51% kerran kuussa tai harvemmin. Vuonna 2014 kerran viikossa – muutaman kerran kuussa asioineita oli 24% ja kerran kuussa tai harvemmin asioivia 73%. Asiointitiheyden voidaan siis sanoa harventuneen. Yhden kerran asioineita tai päivittäin asioivien vastaajien määrä vertailujaksolla pysyi lähes samana. (Kuvio 5.)



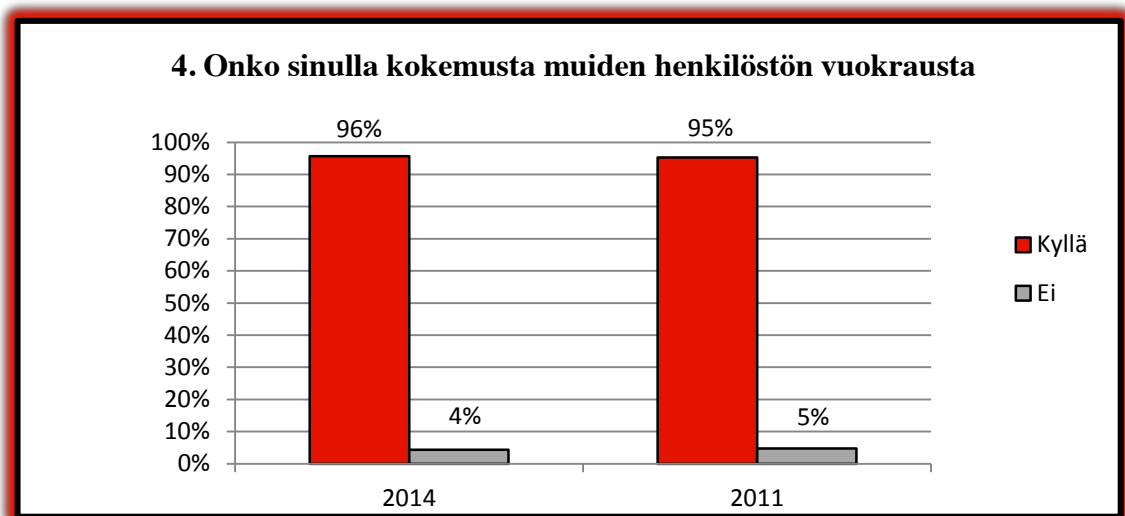
KUVIO 5. Kuinka usein vastaaja asioi WorkPowerin yhteyshenkilön kanssa.

Kyselyn kolmas kysymys koski asiakassuhteen kestoa. Vuonna 2014 47% vastaajista on käyttänyt WorkPowerin palveluita yli 5 vuotta, joka on 7% enemmän kuin vuonna 2011. 35% vastaajista on ollut asiakkaana yli 2 vuotta – 5 vuotta vuonna 2014. Vuonna 2011 vastaava luku oli 39%. Kaksi vuotta tai alle asiakkaana on toiminut 18% vastaajista 2014. Kolme vuotta aiemmin vastaava luku oli 21%. Vertailujaksolla eniten prosentuaalisesti nousi yli 5 vuotta asiakkaina olleiden määrä, josta näemme, että asiakasuskollisuus on pysynyt hyvällä tasolla. (Kuvio 6.)



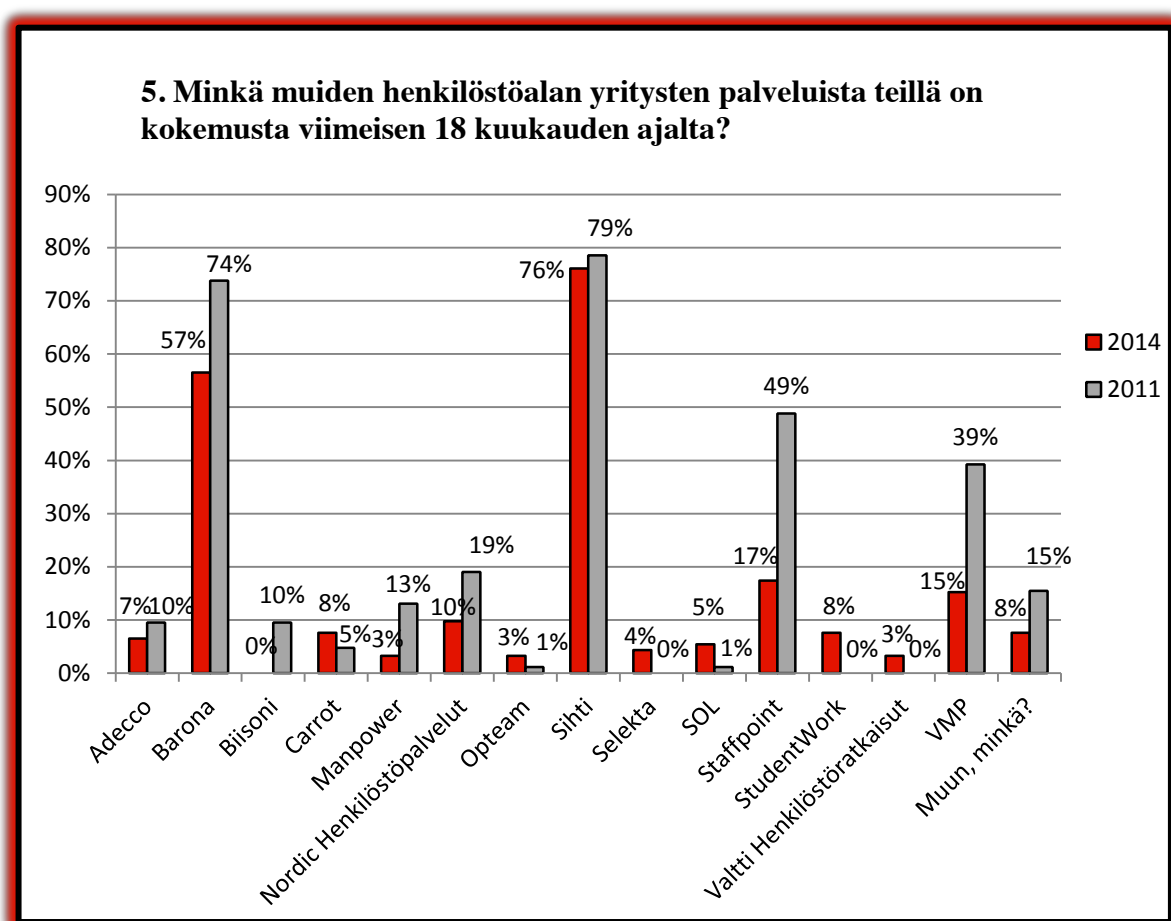
KUVIO 6. Kuinka kauan vastaaja on käyttänyt WorkPowerin palveluita.

Tutkimuksella haluttiin selvittää asiakkaiden kokemuksia muista henkilöstöpalvelualan yrityksistä ja taustatiedoissa kysyttiin onko vastaaja käyttänyt WorkPowerin kilpailijoiden palveluita. WorkPowerin palveluiden lisäksi vuonna 2014 96% vastaajista oli kokemusta myös muiden henkilöstöpalvelualan yritysten palveluista. Vuonna 2011 samainen luku oli 95%. Vertailujaksolla tulos pysyi siis lähes samana. Hyvin pieni osa 4% vastaajista ei ole käyttänyt muita vuokrafirmeja vuonna 2014. (Kuvio 7).



KUVIO 7. Onko vastaajalla kokemusta muiden henkilöstöpalvelualan yritysten palveluista.

Seuraavalla taustakysymyksellä selvitettiin sitä, minkä WorkPowerin kilpailijoiden palveluista asiakkailla on kokemusta viimeisen 18 kuukauden ajalta. Vuonna 2014 eniten kokemusta oli Sihdin palveluista (76%) vastaajista, toiseksi eniten Baronan palveluista (57%) vastaajista, kolmanneksi eniten Staffpointin palveluista (17%) vastaajista ja neljäksi eniten VMP:n palveluista (15%) vastaajista. Neljän suurimman kilpailijan osuudet tippuivat vuodesta 2011. Sihdin osuus tippui vertailujaksolla 3%, Baronan 17%, Staffpointin 32% ja VMP:n 24%. Mikään kilpailija ei nostanut osuuttaan yli 5%. Selektä, Valtti Henkilöstöratkaisut ja StudentWork lisättiin vastausvaihtoehtoihin vuodeksi 2014, joten niistä ei ole vertailupohjaa vuoteen 2011. Vuonna 2014 Biisonia ei mainittu vastausvaihtoehtoissa. ”Muun, minkä?” -kohtaan mainittiin vuonna 2014 seuraavia henkilöstöpalvelualan yrityksiä: 2x Click, Biisoni, Stafflink, Workbox. Vuonna 2011 mainittiin Arja Raukola Oy, Canvas, Apu Team, 2x Click, Finndea Oy, Maksimus Oy Helsinki, 2x Stafflink, 2x StudentWork, 3x Suomen Henkilöstöalo, Suomen Henkilöstöpalvelu, Tekni, Workbox. (Kuvio 8).



KUVIO 8. Henkilöstöpalvelualan yritykset, joista vastaajalla on kokemuksia. *Biisonia ei mainittu vastausvaihtoehtoissa vuonna 2014. Selektää, StudentWorkkiä, Valtti Henkilöstöratkaisuita ei mainittu vastausvaihtoehtoissa vuonna 2011.

6.2 Tyytyväisyys palvelun eri osa-alueisiin

Kysymykset 6 – 13 koskevat WorkPowerin yleiskuvaa, jolla selvitetään muun muassa sitä, onko puhelimessa asiointi vaivatonta, tavoittaako WorkPowerin yhteyshenkilön helposti, hoidetaanko laskutus sovitusti, vastaako palvelun laatu hintaa/odotuksia ja voisiko vastaaja suositella WorkPowerin palveluita.

Kysymykset 14 – 19 on kohdistettu koskemaan WorkPowerin toimihenkilöiden asiakaspalvelua. Niissä kysytään muun muassa henkilökunnan ammattitaidosta, palvelualltiudesta, yhteistyökyyvystä ja siitä annetaanko vuokratyöntekijöistä paikkansa pitäviä tietoja.

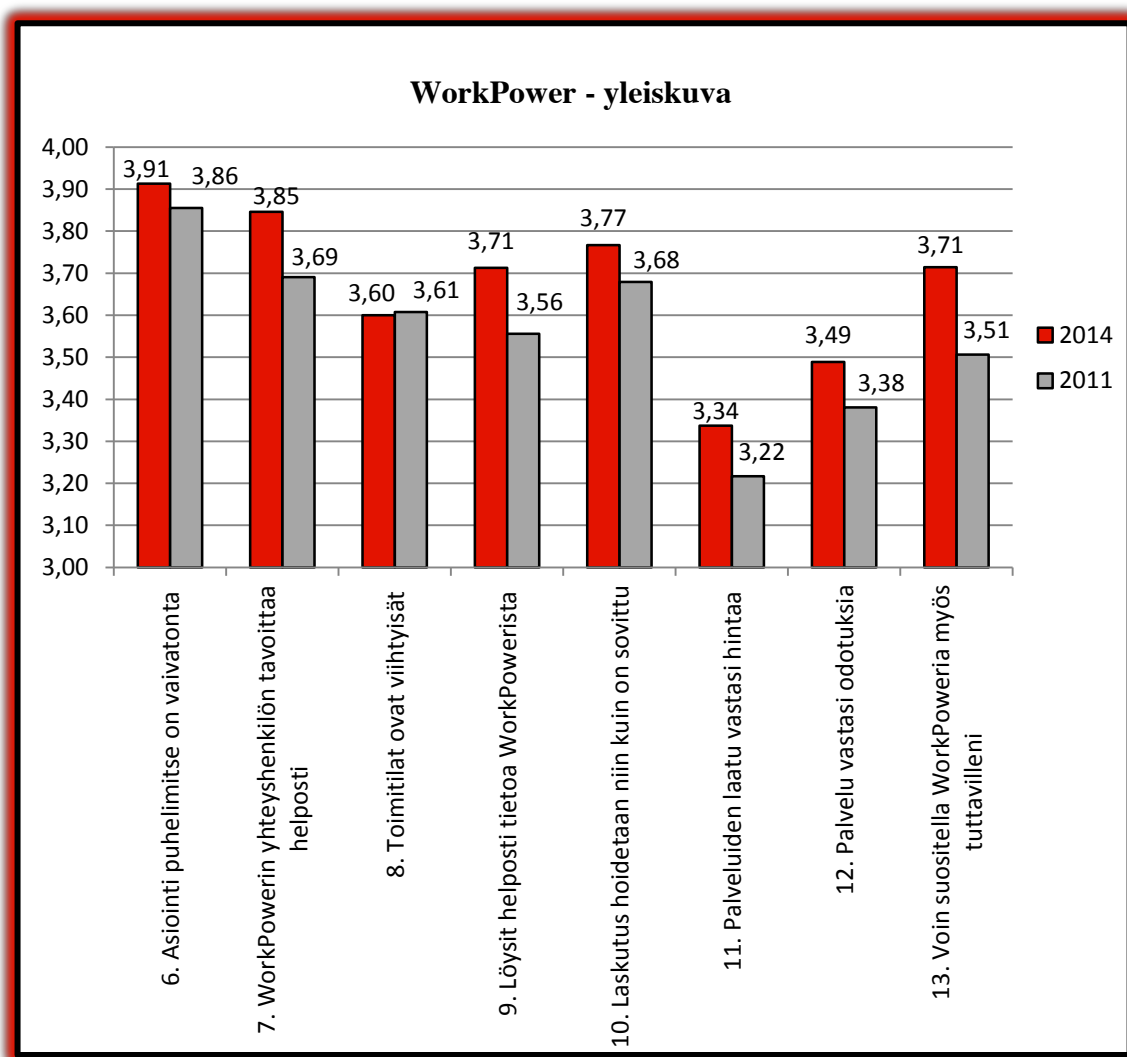
Tämän osion viimeiset kysymykset 20 – 24 liittyvät WorkPowerin vuokratyöntekijöihin. Kysymyksillä pyritään selvittämään muun muassa vuokratyöntekijöiden työn laatua, pitävätkö heidän kanssaan sovitut aikataulut ja onko asenne työntekoon hyvällä tasolla.

Kysymyksissä 6 – 19 vastausvaihtoehdot olivat 1= täysin eri mieltä, 2= jokseenkin eri mieltä, 3= jokseenkin samaa mieltä, 4= täysin samaa mieltä ja 0= en osaa sanoa. Pisteet on laskettu siten, että vastaus ”täysin eri mieltä” saa 1. pisteen, ”jokseenkin eri mieltä” saa 2. pistettä, ”jokseenkin samaa” mieltä saa 3. pistettä, ”täysin samaa mieltä” saa 4. pistettä ja näistä on laskettu yhteispisteet, jotka on jaettu vastaajien määrällä. ”En osaa sanoa” –vastaukset jätettiin huomioimatta. 4 pistettä on täten maksimi pistemäärä, jonka yksi väite voi saavuttaa ja minimi pistemäärä 1. Mitä lähempänä nelosta pistemäärä on, sitä parempi yleisarvosana on. Jos väittämän pisteet ovat yli 3,50, niin väittämän kanssa ”täysin samaa mieltä” on ollut yli 50% vastaajista lukuun ottamatta väittämää numero 8= Toimitilat ovat viihtyisät, jossa ”en osaa sanoa” -vastaajia on 39% vastaajista.

6.2.1 Yleiskuva WorkPowerin palveluista

Parhaimmat kokonaispisteet saanut väittämä tältä osa-alueelta oli molemmilla tutkimuskerroilla väite numero 6= Asiointi puhelimessa on vaivatonta. Edellä mainittu väittämä sai kokonaisarvosanaksi 3,91 vuonna 2014. Kolme vuotta aikaisemmin väite sai kokonaisarvosanaksi 3,86. (Kuvio 9.) Täysin samaa mieltä tämän väittämän kanssa oli on 91% vastaajista vuonna 2014 ja 85% vastaajista vuonna 2011 (Taulukko 1, 2). Vuonna 2014 toiseksi parhaimmat pisteet (3,85) sai väittämä numero 7= WorkPowerin yhteyshenkilön tavoittaa helposti, kolmanneksi parhaimmat pisteet (3,77) väittämä numero 10= Laskutus hoidetaan niin kuin on sovittu, neljänneksi parhaimmat pisteet (3,71) väittämä numero 13= Voin suositella WorkPoweria myös tuttavilleni, viidenneksi parhaimmat pisteet (3,71) väittämä numero 9= Löysit helposti tietoa WorkPowerista, kuudenneksi parhaimmat pisteet (3,60) väittämä numero 8= Toimitilat ovat viihtyisät, seitsemänneksi parhaimmat pisteet (3,49) väittämä numero 12= Palvelu vastasi odotuksia. (Kuvio 9.)

Huonoimmat kokonaispisteet kummallakin kyselykerralla sai väite numero 11= Palveluiden laatu vastasi hintaa. Vuonna 2014 sen pisteiksi tuli 3,34 ja kolme vuotta aiemmin 3,22. Vaikka kyseinen väite saikin molemmilla kyselykerroilla tämän osa-alueen huonoimmat pisteet, niin parannusta vertailujaksolla tuli 0,12 pistettä. Suurimman parannuksen teki väite numero 13= Voin suositella WorkPoweria tuttavilleni nousten vertailujaksolla 0,2 pistettä. Vuonna 2014 70% vastaajista oli täysin samaa mieltä tämän väitteen kanssa, kun taas vuonna 2011 täysin samaa mieltä oli 56% (Taulukko 1, 2). Toiseksi eniten nousi väitteen ”WorkPowerin yhteyshenkilön tavoittaa helposti” pisteet. Tämän väitteen pisteet nousivat vertailujaksolla 0,16 yksikköä. WorkPowerin palveluiden yleiskuvaa mittaavista väittämistä vain yhden väittämän pisteet eivät parantuneet vertailujaksolla, sillä väite ”Toimitilat ovat viihtyisät” pysyi lähes samoissa pisteissä vertailujakson aikana. (Kuvio 9.)



KUVIO 9. Vastaajan yleiskuva WorkPowerista. Tarkentavat kysymykset näkyvät kuvassa.

WorkPower - yleiskuva 2014	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa
6. Asiointi puhelimitse on vaivatonta	0,0 %	0,0 %	8,7 %	91,3 %	0,0 %
7. WorkPowerin yhteyshenkilön tavoittaa helposti	0,0 %	0,0 %	15,2 %	83,7 %	1,1 %
8. Toimitilat ovat viihtyisät	0,0 %	0,0 %	30,4 %	45,7 %	23,9 %
9. Löysit helposti tietoa WorkPowerista	0,0 %	0,0 %	25,0 %	62,0 %	13,0 %
10. Laskutus hoidetaan niin kuin on sovittu	0,0 %	1,1 %	20,7 %	76,1 %	2,2 %
11. Palveluiden laatu vastasi hintaa	0,0 %	4,3 %	57,6 %	38,0 %	0,0 %
12. Palvelu vastasi odotuksia	0,0 %	1,1 %	48,9 %	50,0 %	0,0 %
13. Voin suositella WorkPoweria myös tuttavilleni	0,0 %	0,0 %	29,3 %	69,6 %	1,1 %

Taulukko 1. WorkPowerin yleiskuva 2014

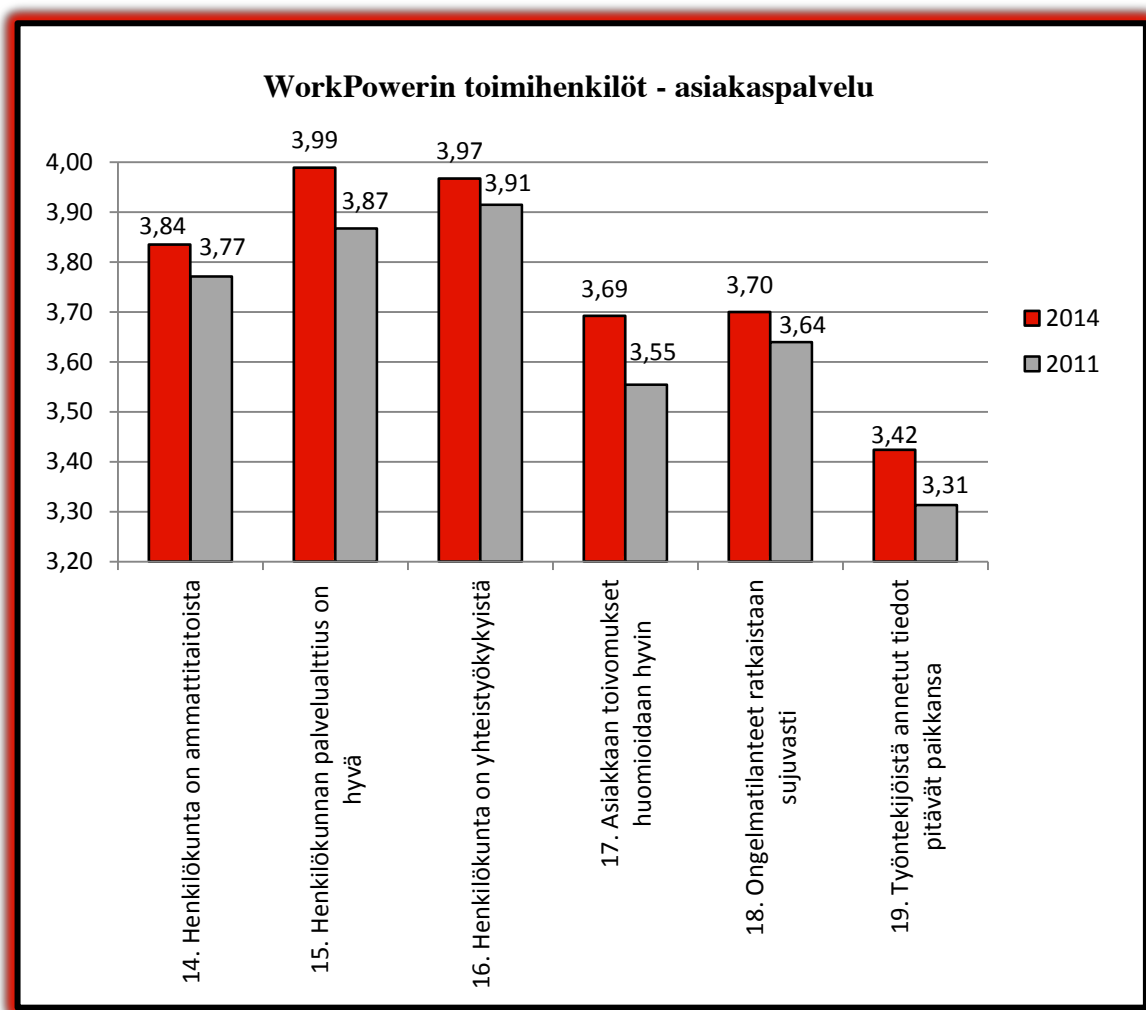
WorkPower - yleiskuva 2011	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa
6. Asiointi puhelimitse on vaivatonta	0,0 %	0,0 %	14,3 %	84,5 %	1,2 %
7. WorkPowerin yhteyshenkilön tavoittaa helposti	0,0 %	0,0 %	31,0 %	69,0 %	0,0 %
8. Toimitilat ovat viihtyisät	0,0 %	0,0 %	23,8 %	36,9 %	39,3 %
9. Löysit helposti tietoa WorkPowerista	0,0 %	1,2 %	38,1 %	46,4 %	14,3 %
10. Laskutus hoidetaan niin kuin on sovittu	0,0 %	2,4 %	26,2 %	67,9 %	3,6 %
11. Palveluiden laatu vastasi hintaa	0,0 %	14,3 %	48,8 %	35,7 %	1,2 %
12. Palvelu vastasi odotuksia	0,0 %	7,1 %	47,6 %	45,2 %	0,0 %
13. Voin suositella WorkPoweria myös tuttavilleni	0,0 %	6,0 %	36,9 %	56,0 %	1,2 %

Taulukko 2. WorkPowerin yleiskuva 2011

6.2.2 WorkPowerin toimihenkilöiden asiakaspalvelu

Tässä osiossa käydään läpi tuloksia WorkPowerin toimihenkilöiden asiakaspalvelun laadusta. Parhaimmat pisteet tältä osa-alueelta saa väittämä numero 15= Henkilökunnan palvelualttius on hyvä. Vuonna 2014 täysin samaa mieltä tämän väittämän kanssa oli 99% vastaajista ja vuonna 2011 89% vastaajista (Taulukko 3, 4). Kokonaispisteissä väittämä paransi tulostaan vertailujaksolla vuoden 2011 3,87 pisteestä vuoden 2014 3,99 pisteeseen. Väittämä sai siis lähes maksimipisteet vuonna 2014. Toiseksi parhaimmat pisteet (3,97) vuonna 2014 sai väittämä numero 16= Henkilökunta on yhteistyökykyistä. Tämä väittämä oli vuoden 2011 parhaimmat kokonaispisteet saanut väittämä tältä osa-alueella saaden 3,91 pistettä. Kummallakin tutkimuskerralla henkilökunnan yhteistyökykyyn oltiin erittäin tyytyväisiä. Kolmanneksi parhaimmat pisteet (3,84) vuonna 2014 sai väittämä numero 14= Henkilökunta on ammattitaitoista, neljänneksi parhaimmat pisteet (3,70) väittämä numero 18= Ongelmatilanteet ratkaistaan sujuvasti ja viidenneksi parhaimmat pisteet (3,69) väittämä numero 17= asiakkaan toivomukset huomioidaan hyvin. (Kuvio 10.)

Huonoimmat kokonaispisteet kummallakin tutkimuskerralla tämän osa-alueen väittämistä sai vuokratyöntekijöistä annetut tiedot. Vuonna 2014 tämä väite sai pisteitä 3,42 ja vuonna 2011 3,31. Tulos parani vertailujaksolla kuitenkin 0,11 pistettä. (Kuvio 10.) Vuonna 2014 tämän väitteen kanssa täysin samaa mieltä oli 44% vastaajista ja vuonna 2011 37% vastaajista (Taulukko 3, 4). Eniten kokonaispisteitä (0,14) paransi väite numero 17= Asiakkaan toivomukset huomioidaan hyvin. Tämän osa-alueen kaikki väittämät paransivat kokonaispisteitään vertailujaksolla. (Kuvio 10.)



KUVIO 10. Vastaajan yleiskäsitys WorkPowerin asiakaspalvelusta. Tarkentavat kysymykset näkyvät kuvassa.

WorkPowerin toimihenkilöt – asiakaspalvelu 2014	Täysin eri mieltä	Jokseen- kin eri mieltä	Jokseen- kin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa
15. Henkilökunta on ammattitaitoista	0,0 %	0,0 %	16,3 %	82,6 %	1,1 %
16. Henkilökunnan palveluoltius on hyvä	0,0 %	0,0 %	1,1 %	98,9 %	0,0 %
17. Henkilökunta on yhteistyökykyistä	0,0 %	0,0 %	3,3 %	96,7 %	0,0 %
18. Asiakkaan toivomukset huomioidaan hyvin	0,0 %	0,0 %	30,4 %	68,5 %	1,1 %
19. Ongelmatilanteet ratkaistaan sujuvasti	0,0 %	0,0 %	29,3 %	68,5 %	2,2 %
20. Työntekijöistä annetut tiedot pitävät paikkansa	0,0 %	1,1 %	55,4 %	43,5 %	0,0 %

Taulukko 3. WorkPowerin asiakaspalvelu 2014

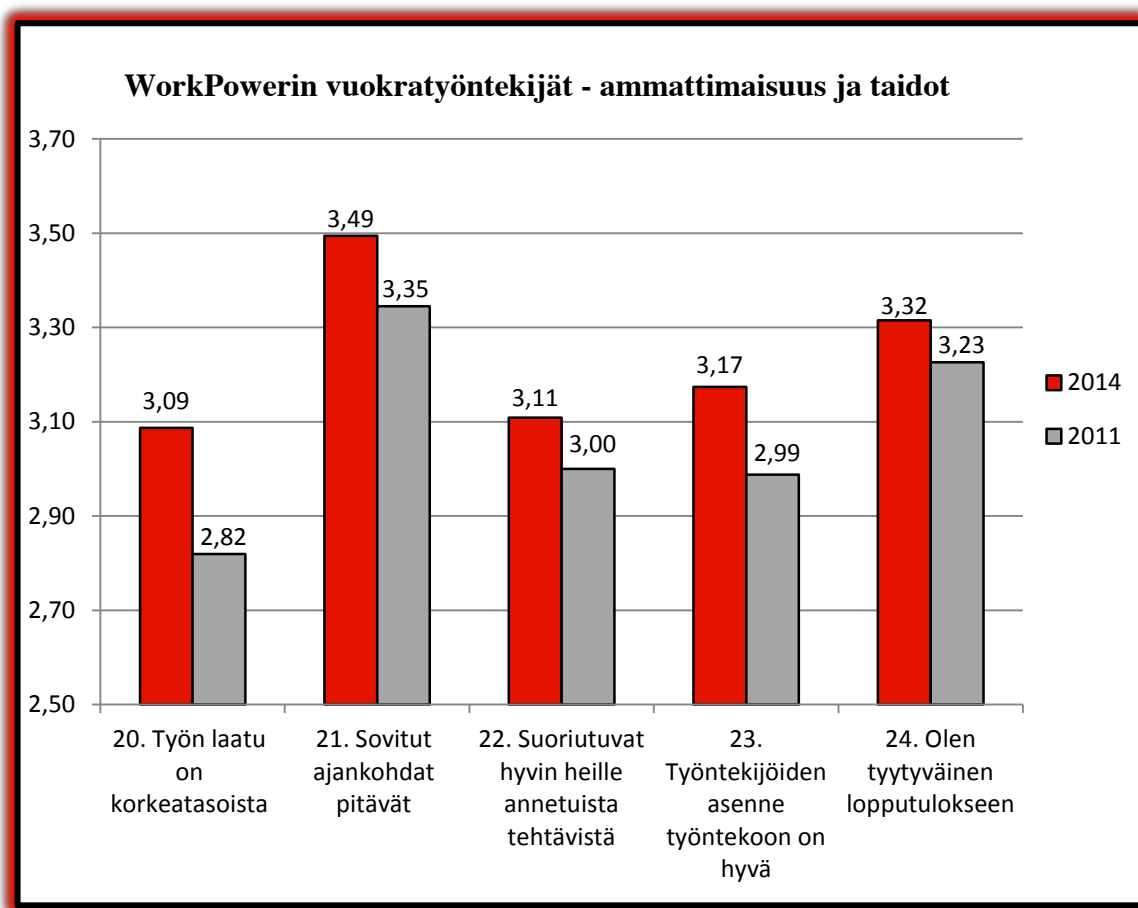
WorkPowerin toimihenkilöt – asiakaspalvelu 2011	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa
15. Henkilökunta on ammattitaitoista	0,0 %	2,4 %	17,9 %	78,6 %	1 %
16. Henkilökunnan palvelualttius on hyvä	1,2 %	0,0 %	8,3 %	89,3 %	1,2 %
17. Henkilökunta on yhteistyökykyistä	0,0 %	1,2 %	6,0 %	90,5 %	2,2 %
18. Asiakkaan toivomukset huomioidaan hyvin	0,0 %	3,6 %	36,9 %	58,3 %	1,4 %
19. Ongelmatilanteet ratkaistaan sujuvasti	0,0 %	2,4 %	27,4 %	59,5 %	10,7 %
20. Työntekijöistä annetut tiedot pitävät paikkansa	0,0 %	6,0 %	56,0 %	36,9 %	1,2 %

Taulukko 4. WorkPowerin asiakaspalvelu 2011

6.2.3 WorkPowerin vuokratyöntekijöiden ammattimaisuus

Seuraavat väittämät koskevat WorkPowerin vuokratyöntekijöitä. Parhaat kokonaispisteet sai väittämä numero 21= Sovitut ajankohdat pitävät sekä vuonna 2014 että 2011. Tämän väittämän kokonaispisteiksi tuli 3,49 vuonna 2014 ja vuonna 2011 3,35 pistettä. Parannusta vertailujaksolla tapahtui 0,14 pistettä. (Kuvio 11.) Täysin samaa mieltä tämän väittämän kanssa oli vuonna 2014 52% vastaajista ja vuonna 2011 42% vastaajista (Taulukko 5, 6). Toiseksi parhaat kokonaispisteet (3,32) vuonna 2014 sai väittämä numero 24= Olen tyytyväinen lopputulokseen, kolmanneksi parhaat kokonaispisteet (3,17) väittämä numero 23= Työntekijöiden asenne työntekoon on hyvä neljänneksi parhaimmat kokonaispisteet (3,11) väittämä numero 22= Suoriutuvat hyvin heille annetuista työtehtävistä.

Tämän osa-alueen huonoimmat kokonaispisteet sai väittämä numero 20= Työn laatu on korkeatasoista. Väittämä teki kuitenkin selkeästi suurimman parannuksen kokonaispisteissä vertailujakson aikana tältä osa-alueelta. Pisteet paranivat vuoden 2011 2,82 pisteestä vuoden 2014 3,09 pisteeseen (Kuvio 11). Vuonna 2011 tämän väitteen kanssa täysin eri mieltä tai jokseenkin eri mieltä olleita vastaajia oli 27%, kun taas jälkimmäisellä tutkimuskerralla vuonna 2014 sama luku oli enää 7% (Taulukko 5, 6). Toiseksi suurimman parannuksen kokonaispisteissä teki väittämä numero 23= Työntekijöiden asenne työntekoon on hyvä. Pisteet paranivat vertailujaksolla 0,18 pistettä. (Kuvio 11.) Vielä vuonna 2011 täysin eri mieltä tai jokseenkin eri mieltä työntekijöiden hyvästä asenteesta oli 19% vastaajista, kun taas vuonna 2014 sama luku oli enää 5% (Taulukko 5; 6).



KUVIO 11. Vastaajan käsitys WorkPowerin vuokratyövoimasta. Tarkentavat kysymykset näkyvät kuvassa.

WorkPowerin vuokratyöntekijät – ammattimaisuus ja taidot 2014	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa
20. Työn laatu on korkeatasoista	0,0 %	6,5 %	78,3 %	15,2 %	0,0 %
21. Sovitut ajankohdat pitävät	0,0 %	3,3 %	43,5 %	52,2 %	1,1 %
22. Suoriutuvat hyvin heille annetuista tehtävistä	0,0 %	7,6 %	73,9 %	18,5 %	0,0 %
23. Työntekijöiden asenne työntekoon on hyvä	1,1 %	4,3 %	70,7 %	23,9 %	0,0 %
24. Olen tyytyväinen lopputulokseen	0,0 %	3,3 %	62,0 %	34,8 %	0,0 %

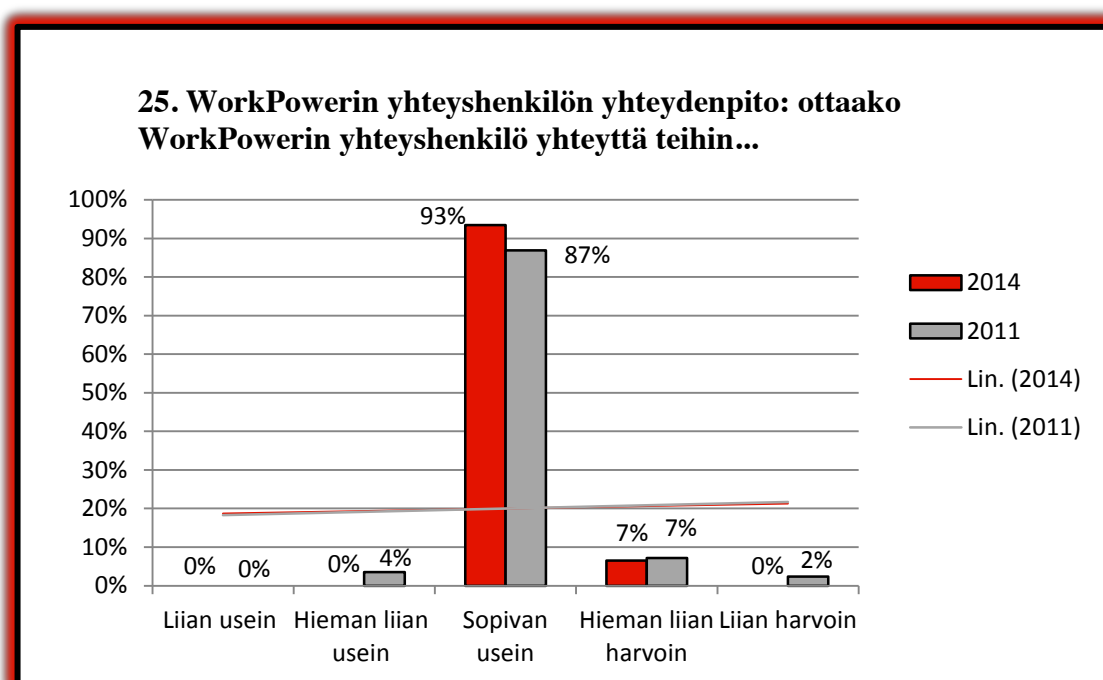
Taulukko 5. WorkPowerin asiakaspalvelu 2014

WorkPowerin vuokratyöntekijät – ammattimaisuus ja taidot 2011	Täysin eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Täysin samaa mieltä	En osaa sanoa
20. Työn laatu on korkeatasoista	2,4 %	25,0 %	59,5 %	11,9 %	1,2 %
21. Sovitut ajankohdat pitävät	0,0 %	7,1 %	51,2 %	41,7 %	0,0 %
22. Suoriutuvat hyvin heille annetuista tehtävistä	0,0 %	16,7 %	65,5 %	16,7 %	1,2 %
23. Työntekijöiden asenne työntekoon on hyvä	1,2 %	17,9 %	59,5 %	19,0 %	2,4 %
24. Olen tyytyväinen lopputulokseen	0,0 %	8,3 %	60,7 %	31,0 %	0,0 %

Taulukko 6. WorkPowerin asiakaspalvelu 2011

6.3 WorkPowerin yhteyshenkilön yhteydenpito

Tällä kysymyksellä haluttiin vielä erikseen selvittää sitä, ottaako WorkPowerin yhteyshenkilö asiakkaaseen yhteyttä sopivin väliajoin. Tämä on WorkPowerille ja ennen kaikkea asiakasvastuulliselle yhteyshenkilölle tärkeä kysymys, josta saa tietoa kannattaako asiakkaaseen ottaa yhteyttä vielä useammin vai kenties hieman harvemmin vai onko nykyinen tapa hyvä. Vuonna 2014 tulosten perusteella 93% vastaajista oli sitä mieltä, että yhteyttä otetaan sopivan usein ja vuonna 2011 87% vastaajista. Vastaukset kallistuivat molempina vuosina hieman siihen suuntaan, että yhteyttä otettiin hieman liian harvoin. Vuonna 2011 4% vastaajista oli sitä mieltä, että yhteyttä otettiin hieman liian usein. Vuonna 2014 kukaan vastaajista ei ollut tätä mieltä. (Kuvio 12.)



KUVIO 12. Vastaajan mielipide WorkPowerin yhteyshenkilön pitämästä yhteydenpidosta.

6.4 Tilaukseen vaikuttavat tekijät

Tässä osiossa haluttiin saada selvillä, mitkä tekijät vaikuttavat siihen, mistä henkilöstöpalvelualan yrityksestä asiakas tilaa työntekijät. Vastausvaihtoehtoiksi annettiin 1= hinta, 2= työntekijöiden työn laatu, 3= toimitusvarmuus, 4= luotettavuus, 5= palvelunopeus, 6= joustavuus ongelmatilanteissa ja 7= jokin muu, mikä?. Vastaajan tuli valita

jokaisen vaihtoehdon kohdalla onko se 1. tärkein syy, 2. tärkein syy, 3. tärkein syy vai vähemmän tärkeä syy valintaa tehdessä. Pisteet on laskettu siten, että tärkeimmäksi valittu vaihtoehto sai 4x-pistettä, 2. tärkeimmäksi 3x-pistettä, 3. tärkeimmäksi 2x-pistettä ja vähemmän tärkeäksi 1. pisteen. Yhteispistemäärä jaettiin vastaajien määrällä. 4 pistettä on täten maksimi pistemäärä, jonka yksi vaihtoehto voi saavuttaa ja minimi pistemäärä on 1. Mitä lähempänä nelosta pistemäärä on, sitä tärkeämpänä vaihtoehtoa pidettiin tilausta tehdessä.

Tämän osa-alueen tuloksissa ei vertailujaksolla tapahtunut juurikaan muutoksia. Tilaukseen vaikuttavat tekijät pysyivät samassa järjestyksessä kummallakin tutkimuskerralla. Työntekijöiden työn laatu oli selkeä ykkönen sekä vuonna 2014 että 2011. Kokonaispisteiksi tämä vaihtoehto sai 3,37 vuonna 2014 ja 3,44 pistettä vuonna 2011. Seuraavaksi tärkein tekijä oli luotettavuus joka sai 3,16 pistettä vuonna 2014 ja 3,07 vuonna 2011. Seuraavana tulevat toimitusvarmuus, palvelunopeus ja hieman yllättäen kolmanneksi viimeisenä hinta, joka sai 2,59 pistettä vuonna 2014 ja 2,55 vuonna 2011. Toiseksi viimeisenä on joustavuus ongelmatilanteissa ja viimeisenä ”Jokin muu, mikä” –vaihtoehto, joka kasvatti pisteitään vuoden 2011 1,36 pisteestä vuoden 2014 1,48 pisteeseen. (Kuvio 13)

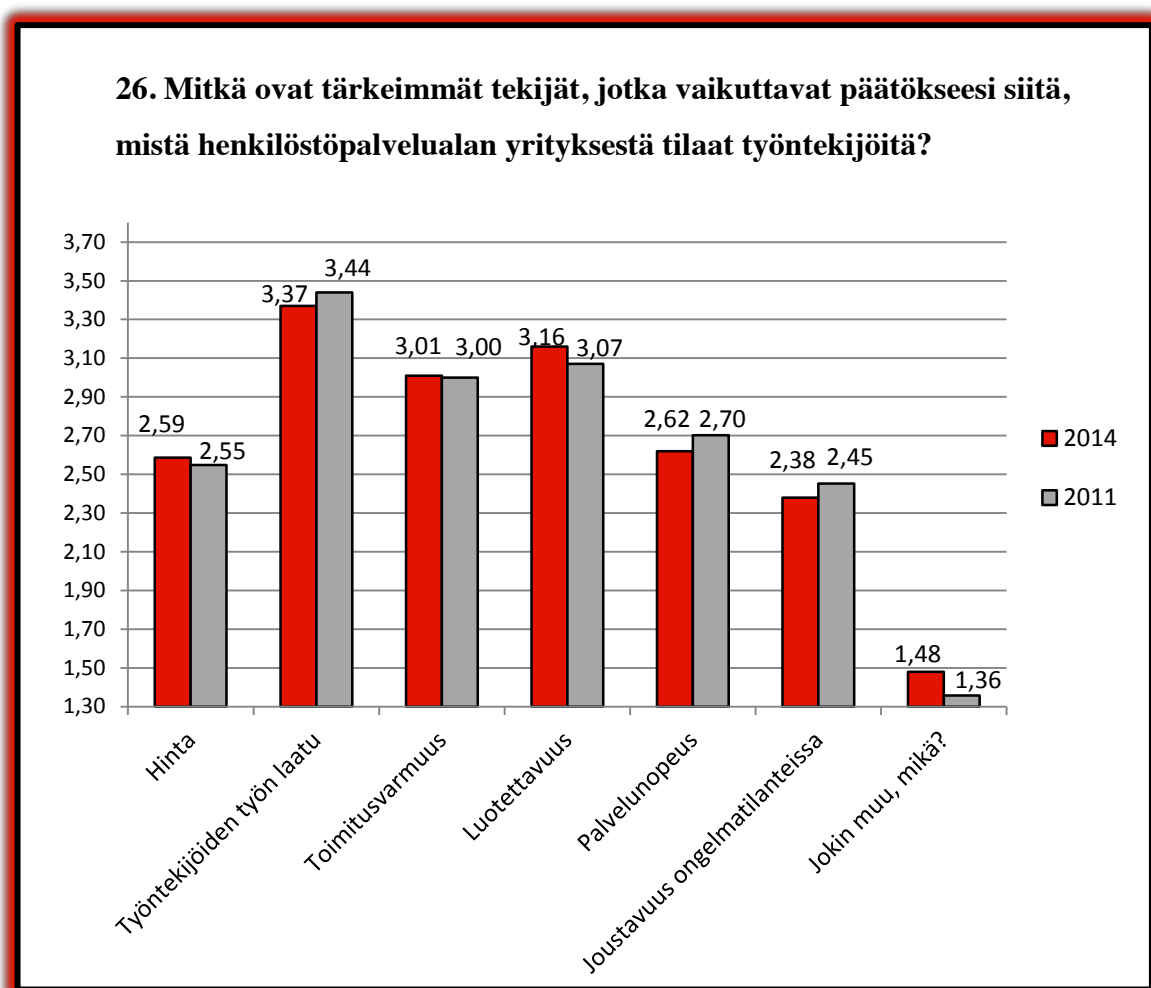
”Muu, mikä?” –kentässä vuonna 2014 mainittiin seuraavia tekijöitä:

1. Tärkeimmäksi syyksi mainittiin seuraavia tekijöitä: ”Aiempien kokemusten perusteella”, ”Asiakaspalvelun joustavuus”, ”Anne”, ”Asiakashistoria”, ”Oikea henkilö oikeaan paikkaan”, ”Kinkku”, ”Tuttu yritys”.
2. Tärkeimmäksi syyksi mainittiin seuraavia tekijöitä: ”Kokemukset/tuttu työntekijä”, ”Yhteyshenkilö tuttu”, ”Sopimus”.
3. Tärkeimmäksi syyksi ei mainittu tekijöitä tämän kysymyksen yhteydessä.

”Muu, mikä?” – kentässä vuonna 2011 mainittiin seuraavia tekijöitä:

1. Tärkeimmäksi syyksi mainittiin seuraavia tekijöitä: ”Joulukinkku”, ”Tutuksi tulleen kanssa helppo asioida”, ”Luotettavuus”, ”Työntekijän ammattitaito”, ”Mukava toimisto henkilökunta ;)”.
2. Tärkeimmäksi syyksi mainittiin seuraavia tekijöitä: ”Ennestään tutut työntekijät”, ”Työaikojen noudattaminen”.

3. Tärkeimmäksi syyksi mainittiin seuraavia tekijöitä: ”työntekijän ammattitaito”, ”Tuttu ja luotettava henkilö kenen kanssa asioida”, ”Vuokratyöntekijöiden ammattikokemus”, ”Otan useammasta vuokrafirmasta vuoron perään”.



KUVIO 13. Vastaajan mielipide tärkeimmistä tekijöistä, jotka vaikuttavat mistä henkilöstöpalvelualan yrityksestä vuokratyöntekijät tilataan.

Seuraavaksi tiedusteltiin syitä siihen, miksi asiakas valitsee WorkPowerin palvelut. Tämän kysymyksen tulokset eivät ole aivan täysin vertailukelpoisia, sillä jälkimmäisellä kyselykerralla eli vuonna 2014 vastausvaihtoehtoihin lisättiin yksi vaihtoehto, joka muuttaa hieman muita tuloksia. Vuonna 2011 vastausvaihtoehtoiksi annettiin 1= hinta, 2= työntekijöiden työn laatu, 3= toimitusvarmuus, 4= luotettavuus, 5= palvelunopeus, 6= joustavuus ongelmatilanteissa ja 7= jokin muu, mikä?. Vuonna 2014 vaihtoehtoksi lisättiin vielä ”helppous/entuudestaan tuttu”. Vastaajan tuli valita jokaisen vaihtoehdon kohdalla onko se 1. tärkein syy, 2. tärkein syy, 3. tärkein syy vai vähemmän tärkeä syy valintaa tehdessä. Pisteet on laskettu siten, että tärkeimmäksi valittu vaihtoehto sai 4x-

pistettä, 2. tärkeimmäksi 3x-pistettä, 3. tärkeimmäksi 2x-pistettä ja vähemmän tärkeäksi 1. pisteen. Yhteispistemäärä jaettiin vastaajien määrällä. 4 pistettä on täten maksimi pistemäärä, jonka yksi vaihtoehto voi saavuttaa ja minimi pistemäärä on 1. Mitä lähempänä nelosta pistemäärä on, sitä tärkeämpänä vaihtoehtoa pidettiin tilausta tehdessä. Kuviosta numero 12 nähdään, mitkä tekijät nousevat tärkeimmiksi syiksi siihen, miksi asiakas käyttää WorkPowerin palveluita.

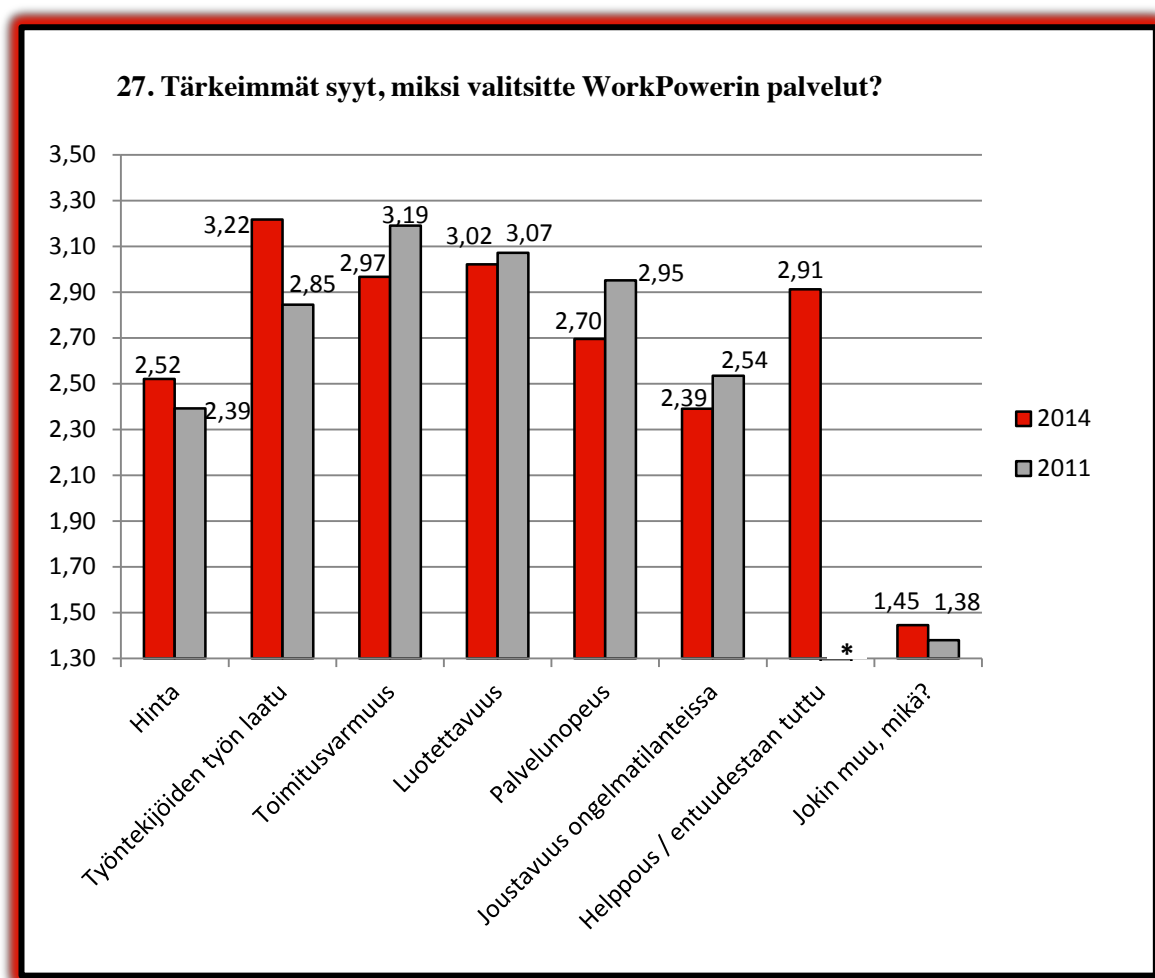
Vuonna 2014 asiakas valitsi tärkeimmäksi syyksi siihen, miksi hän käyttää WorkPowerin palveluita WorkPowerin vuokratyöntekijöiden työn laadun. Tämän vaihtoehdon kokonaispisteiksi tuli 3,22 vuonna 2014, kun taas vuonna 2011 pistemääräksi tuli 2,85. Tämä vaihtoehto kohensi tulostaan vertailujaksolla 0,37 pistettä. Vuonna 2011 tärkeimmäksi syyksi valittiin toimitusvarmuus, mutta 2014 vuoden kyselyssä se tippui sijalle 3 valintaa tehdessä. Kolmas sijalla vuonna 2011 oli sen sijaan vaihtoehto ”palvelunopeus”. Toisella sijalla WorkPoweria valitessa oli kummallakin tutkimuskerralla vaihtoehto ”luotettavuus”, joka keräsi 3,02 pistettä vuonna 2014 ja 3,07 pistettä vuonna 2011. Vuoden 2014 tutkimukseen lisättiin yksi vaihtoehto ”helppous / entuudestaan tuttu” ja se nousikin neljänneksi tärkeimmäksi syyksi WorkPowerin palveluita valitessa saaden 2,91 pistettä. Tätä vaihtoehtoa ei ollut vuoden 2011 tutkimuksessa ja se huonontaa hieman tämän osa-alueen vertailukelpoisuutta tutkimuskertojen tulosten välillä. Vuoden 2014 tutkimuskerralla viidenneksi tärkeimmäksi tekijäksi paljastui palvelunopeus ja vasta sen jälkeen tulee hinta. Hinta ei siis tulosten perusteella ollut tärkeimpien tekijöiden joukossa, kun WorkPowerin palveluita valitaan, vaikkakin vertailujaksolla sen pisteet nousi vuoden 2,39 pisteestä vuoden 2014 2,52 pisteeseen. Vuonna 2011 hinta jäi viimeiseksi syyksi valintaa tehdessä, mutta 2014 vaihtoehto ”joustavuus ongelmatilanteissa jäi hintaakin heikommille kokonaispisteille saaden 2,39 pistettä. (Kuvio 14.)

”Muu, mikä?” –kentässä mainittiin vuonna 2014 seuraavia tekijöitä:

1. Tärkeimmäksi syyksi kirjoitettiin mm. ”Suositusten kautta”, ”Aiempien kokemusten perusteella”, ”Anne”, ”Aikaisemmat kokemukset”, ”Erinomaisen hyvää asiakaspalvelua”, ”Kinkku”, ”Vanha tuttu”, ”Yhteistyökumppani ollut pitkään”.
2. Tärkeimmäksi mainittiin mm. ”Anja ja Anne hyviä yhteyshenkilöitä”.
3. Tärkeimmäksi syyksi nimettiin mm. ”Oikea mies oikeaan työhön”, ”mahdollisesti tuttu työntekijä”.

”Muu, mikä?” –kentässä mainittiin vuonna 2011 seuraavia tekijöitä:

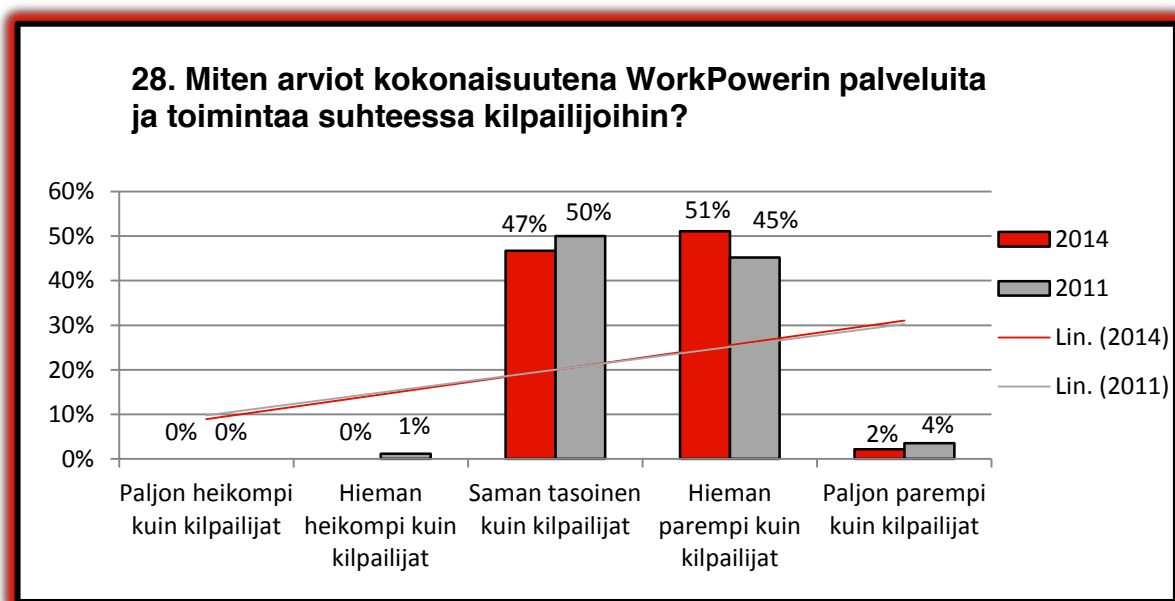
1. Tärkeimmäksi syyksi kirjoitettiin mm. ”Useita jo vähintään kerran nykyisellä työmaalla käyneitä”, ”Palveluiden helppous”, ”Kokonaisuudessaan toimiva paketti”, ”Edelleen se kinkku”, ”Joustavuus”.
2. Tärkeimmäksi syyksi mainittiin mm. ”Tuttu, nyt saa jo nimellä tekijöitä, Anjan kanssa homma toimii pääsääntöisesti hyvin”, ”Pajalan Anja”, ”Työaikojen noudattaminen”.
3. Tärkeimmäksi syyksi nimettiin mm. ”Pitkäaikainen yhteistyökumppani”, ”Vuokratyöntekijöiden ammattikokemus”.



KUVIO 14. Tärkeimmät syyt, miksi vastaaja valitsi WorkPowerin palvelut. *Väittämää ”Helppous / entuudestaan tuttu” ei ollut vastausvaihtoehdoissa vuonna 2011.

6.5 WorkPowerin vertailu kilpailijoihin

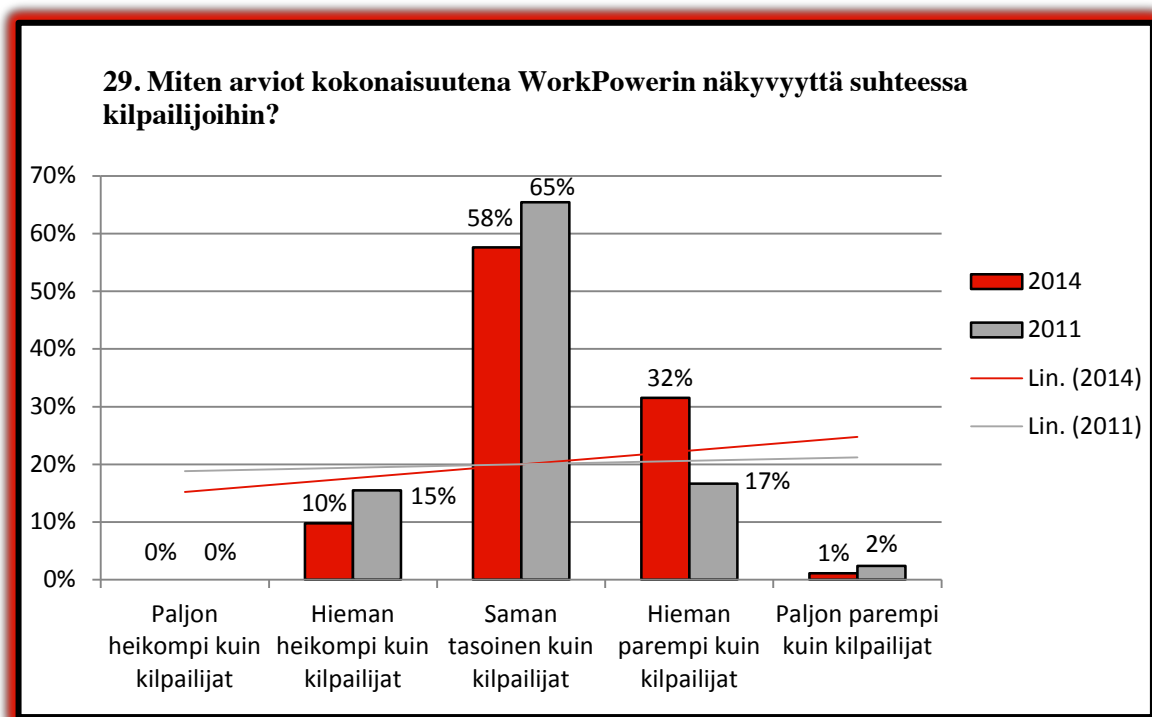
Kysymyksellä numero 28 haluttiin selvittää WorkPowerin palveluita ja toimintaa kokonaisuuten verrattuna kilpailijoihin. Tulosten perusteella voidaan sanoa, että WorkPowerin palveluita ja toimintaan pidetään kokonaisuutena hieman parempana kuin kilpailijoiden. Vuonna 2014 hieman yli puolet (51%) vastaajista oli sitä mieltä, että WorkPowerin palvelut ja toiminta kokonaisuutena ovat hieman paremmat kuin kilpailijoilla. Vuonna 2011 vastaava luku oli 45%. Saman tasoisena kilpailijoiden kanssa WorkPowerin palveluita piti 47% vastaajista vuonna 2014. Vuonna 2011 tämä luku oli 50%. Vuonna 2014 2% vastaajista oli sitä mieltä, että WorkPowerin palvelut ja toiminta on kokonaisuutena paljon parempi kuin kilpailijoilla. Vuonna 2011 vastaava luku oli 4%. Paljon tai hieman heikompana WorkPowerin palveluita verrattuna kilpailijoihin ei pitänyt kukaan vastaajista vuonna 2014. Vuonna 2011 1% vastaajista valitsi vaihtoehdon ”hieman heikompi kuin kilpailijoilla”. Tuloksissa ei nähdä kovin suuria muutoksia vertailujaksolla tämän väitteen osalta. (Kuvio 15)



KUVIO 15. Vastaajan arvio WorkPowerin kokonaisuudesta suhteessa kilpailijoihin.

Seuraavaksi tiedusteltiin WorkPowerin näkyvyyttä suhteessa kilpailijoihin. Tulosten perusteella voimme sanoa WorkPowerin näkyvyyden parantuneen vertailujaksolla suhteessa kilpailijoihin. Kummallakin tutkimuskerralla vastaajista yli puolet, vuonna 2014 58% ja vuonna 2011 65% olivat sitä mieltä, että WorkPowerin näkyvyys on samalla

tasolla kilpailijoiden kanssa. Hieman parempana verrattuna kilpailijoihin WorkPowerin näkyvyyttä piti 32% vastaajista vuonna 2014 ja vuonna 2011 17%. Vuonna 2014 paljon parempana näkyvyyttä piti vain 1% vastaajista ja vuonna 2011 2%. Paljon heikompana näkyvyyttä ei pitänyt kukaan vastaajista kummallakaan tutkimuskerralla. Vastausvaihtoehtoon ”hieman heikempi kuin kilpailijat”, valitsi 10% vastaajista vuonna 2014 ja 15% vuonna 2011. (Kuvio 16).



KUVIO 16. Vastaajan mielipide WorkPowerin näkyvyydestä suhteessa kilpailijoihin.

6.6 Tuntikirjaus WorkPowerin nettipalvelussa

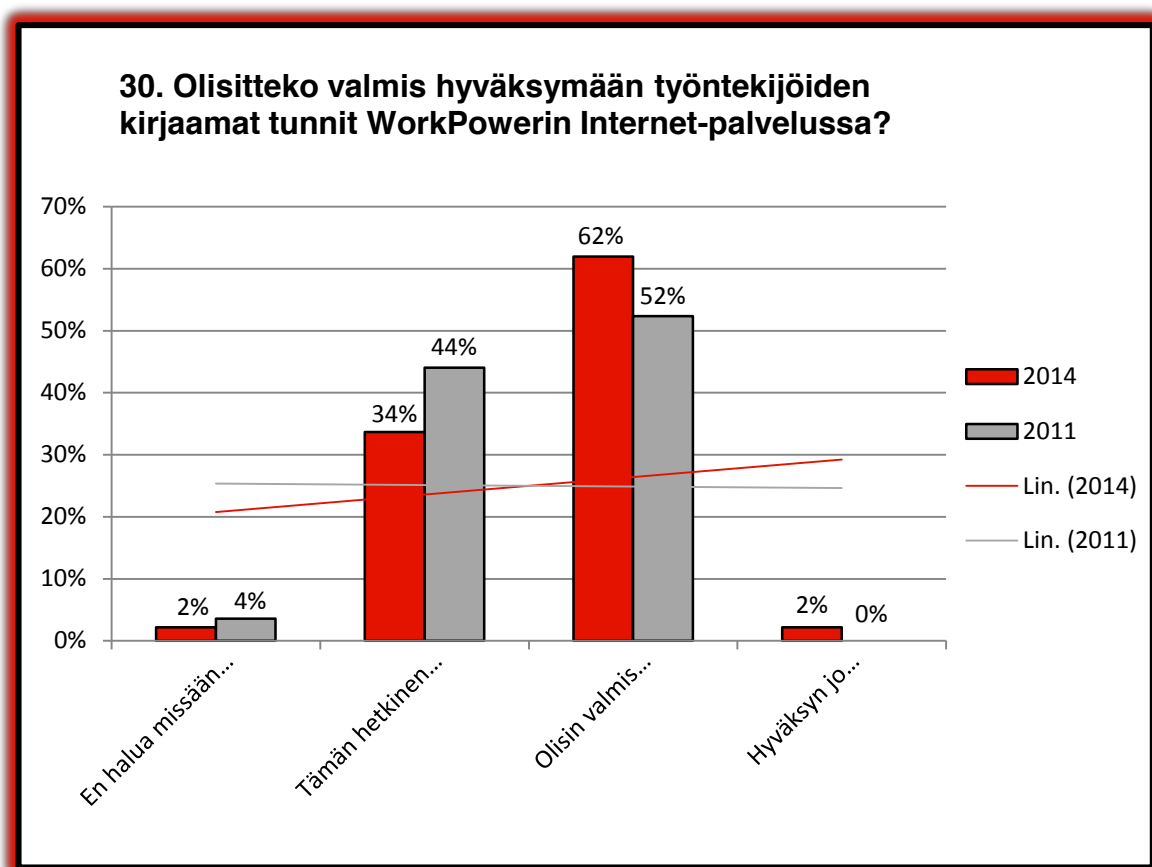
Kyselyn toiseksi viimeisimmässä osiossa kysyttiin asiakkaan mielipidettä vuokratyöntekijöiden tuntikirjauksista WorkPowerin nettipalvelussa. Tällä hetkellä työntekijä kirjaa tekemänsä työtunnit tuntiapulle ylös ja ottaa siihen kuittauksen työmaalla työnjohtajalta palkkajakson päätteeksi kahden viikon välein tai viimeisenä työpäivänä kyseisellä työmaalla. Tuntien nettikirjaus helpottaisi WorkPowerin palkanlaskentaa niin, ettei heidän tarvitsisi enää syöttää tunteja käsin tuntiapuilta tietokoneelle, koska nyt sen tekisi työntekijä itse. Myös työntekijän kannalta järjestelmä olisi helpompi, kun tuntiappua ei tarvitsisi enää fyysisesti toimittaa WorkPowerin toimistolle ja tunnit voisi kirjata ylös missä tahansa. Asiakkaalle jäisi tuntien vahvistus WorkPowerin nettijärjestelmässä,

johon hän saisi tunnukset. WorkPowerilla on ollut olemasta tuntien nettikirjauksen mahdollistama järjestelmä jo vuodesta 2010, mutta sitä ei olla yrityksessä otettu käyttöön rakennusalan asiakkaiden kanssa kuin muutamassa tapauksessa. WorkPowerin toimitusjohtajan Anja Pajalan mukaan asiakkailta on aikaisemmin kyselty asiakaskäyntien yhteydessä tästä, mutta kentältä tulleen vastustuksen myötä nettijärjestelmään ei olla siirrytty. Tässä tutkimuksessa haluttiinkin selvittää laajemmalti asiakkaiden mielipiteitä vuokratyöntekijöiden tuntikirjauksista WorkPowerin nettijärjestelmässä.

Kysymyksen numero 30= Olisitko valmis hyväksymään työntekijöiden kirjaamat tunnit WorkPowerin Internet-palvelussa vastausvaihtoehdoiksi annettiin seuraavat vaihtoehdot: ”En halua missään nimessä käydä hyväksymässä työntekijöiden tunteja sähköisesti”, ”Tämän hetkinen tuntiappikäytäntö on toimiva ja sitä on turha muuttaa”, ”Olin valmis hyväksymään työntekijöiden tunnit sähköisesti” ja ”Hyväksyn jo työntekijöiden tunnit sähköisesti”. Vuonna 2014 62% vastaajista olisi valmis hyväksymään työntekijän tunnit WorkPowerin nettipalvelussa, kun taas vuonna 2011 vastaava luku oli vielä 52%. Vuonna 2014 34% vastaajista oli sitä mieltä, että tämän hetkinen tuntiappikäytäntö on hyvä ja sitä on turha muuttaa. Vuonna 2011 vastaava luku oli vielä kymmenen prosenttia suurempi eli 44%. 2% vastaajista ei missään nimessä haluaisi käydä hyväksymässä tunteja nettipalvelussa vuonna 2014. Vuonna 2011 vastaava luku oli 4%. Vuonna 2014 2% vastaajista hyväksyi jo tunnit nettijärjestelmässä. Vuonna 2011 luku oli 0%. (Kuvio 17).

Seuraavaksi kysyttiin avoimena kysymyksenä syitä siihen, miksei vastaaja haluaisi käydä hyväksymässä tunteja WorkPowerin nettipalvelussa. Vuonna 2014 36 prosenttia vastaajista ei halunnut kirjata tunteja netissä. Palautteen joukosta esille nousi muutamia seikkoja, jotka mainittiin useampaan kertaan. Tuntilapun kuittaamisen liittyvä henkilökohtainen kontakti työntekijän kanssa katsottiin erittäin tärkeäksi, koska samalla voitiin käydä läpi, mihin työtehtäviin päivät ovat kuluneet, mitä töitä on tekemättä tai onko työmaalla jotain ongelmia tai puutteita. Myös työtunnit pystyttiin heti tarkistamaan ja sopimaan henkilökohtaisesti, jolloin laskutuskin menee oikein. Tuntilappukäytäntö katsottiin myös paremmaksi työmaaolosuhteisiin, jossa sähköinen kuittaus ei ole aina mahdollista. Vuonna 2011 48 prosenttia vastaajista ei halunnut kirjata tunteja netissä. Avoimessa osiossa vastaukset olivat samansuuntaisia kuin vuonna 2014. Henkilökohtainen kontakti työntekijän kanssa katsottiin silloinkin tärkeäksi, sillä tunnit haluttiin sopia työmaalla paikan päällä. Työtehtävien läpikäynnistä kirjallisesti tuntilappuun tai

suullisesti tunti-lapun palautuksen yhteydessä ei ollut niin paljon mainintoja kuin vuonna 2014. (Liite 3).



KUVIO 17. Olisiko vastaaja valmis hyväksymään työntekijän tunteja WorkPowerin internet-palvelussa.

6.7 Avoin palaute

Viimeinen osio asiakastyytyväisyystutkimuksen kyselylomakkeessa on avoin osio, johon vastaajaa pyydettiin kirjoittamaan kehityskohtia, ideoita, kommentteja ja ajatuksia WorkPowerin toiminnasta. Vuonna 2014 13% ja vuonna 2011 7% vastaajista kirjoitti tähän avoimeen kysymykseen ajatuksiaan. (Liite 4).

Tässä muutamia esimerkkejä avoimen palautteen vastauksista vuoden 2014 tutkimuksesta:

- Homma toimii pääsääntöisesti hyvin!
- Hyvin te vedätte!
- Kiitos Anne Hölsölle ja Anja Pajalalle erinomaisen ystävällisestä ja antoisasta yhteistyöstä!
- Maksuehto tulisi olla automaattisesti 21 päivää.
- Olisko mahdollista sopia kiinteä hinta jostain työstä eli urakka?
- Tarkastakaa työntekijöiden työhistorioita esim. soittamalla edellisille työnantajille.
- Työntekijöitä, joita ei työt kiinnosta on turha lähettää töihin. Ammattitaidonkin voi monesti korvata sillä, että on motivaatiota, mutta toisinpäin homma ei toimi.

Tässä muutamia esimerkkejä avoimen palautteen vastauksista vuoden 2011 tutkimuksesta:

- Kinkut jouluna on positiivinen asia:)
- Voisiko rakennusmiesten varustukseen kuulua myös vasara automaattisesti.
- Kannattaa kertoa työntekijöille, että ainakin rakennustyömaalla kannattaa annettut työt suorittaa ripeästi. Kiireen takia vuokramiehiä usein otetaan töihin. Reippaasti työstä suoriutuva saa todennäköisemmin jatkaa pidempään kuin se, joka yrittää tehdä hitaasti. (vaikka, joku kuvitteleeekin työnsä jatkuvan pidempään, kun tekee hitaasti.)
- Henkilökunta toimistolla ystävällistä ja asiansa hoitavia. vuokrattujen henkilöiden työmotivaation kehittäminen, varmaan sama kaikilla. käyttäisin sanontaa: ”parempi sekin kuin kuiva märkä”.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksella kartoitettiin WorkPowerin palvelun laatua ja sen kehittymistä vuosien 2011 ja 2014 välillä Tampereen rakennusalan asiakkaiden osalta. Samalla selvitettiin asiakkaan valintapäätöksiin vaikuttavia tekijöitä, mielipiteitä WorkPowerin toiminnasta verrattuna kilpailijoihin ja sitä ovatko asiakkaat halukkaita vahvistamaan WorkPowerin työntekijöiden tunteja nettipalvelussa. Tuloksien perusteella kaikkiin edellä mainittuihin ongelmiin saatiin vastauksia. Erittäin positiivista WorkPowerin kannalta on se, että yhteyshenkilöiden asiakaspalveluun asiakkaat olivat todella tyytyväisiä. Tutkimuksen avulla selviää myös joitakin kehityskohtia, joihin pureuduttiin jo ensimmäisen kyselyn tulosten analysoinnin jälkeen. Toisella tutkimuskerralla havaittiin, että tulokset olivat parantuneet vertailujaksolla.

WorkPowerin yhteyshenkilö vaihtui vertailujakson aikana ja tuloksista näemme, että edellisen yhteyshenkilön korvannut Anne Hölsö on löydetty hyvin, sillä suurin osa vastaajista asioi Anne Hölsön kanssa vuonna 2014. Asiointitiheys muuttui vertailujaksolla siten, että vuonna 2014 asiakas asioi WorkPowerin yhteyshenkilön kanssa harvemmin kuin vuonna 2011. Voidaanko tästä päätellä WorkPowerin yhteyshenkilön aktiivisuuden vähentyneen asiakkaiden suuntaan vai ottavatko asiakkaat itse aikaisempaa harvemmin yhteyttä? Jos kyse on aktiivisuuden vähentymisestä, niin sitä ei välttämättä kannata heti pitää huonona asiana. Kysymys numero 25 selvitti ottaako WorkPowerin yhteyshenkilö yhteyttä asiakkaaseen liian usein vai liian harvoin ja siitä selviää, että vuonna 2014 93% vastaajista oli sitä mieltä, että yhteyshenkilö ottaa yhteyttä sopivan usein. Vuonna 2011 luku oli hieman alhaisempi (87%).

Asiakassuhteen kestoa selvittäessä tuli ilmi, että vuonna 2014 lähes puolet vastaajista ovat käyttäneet WorkPowerin palveluita yli 5 vuotta. Näiden yli 5 vuotta WorkPowerin palveluita käyttäneiden osuus vastaajista kasvoi vuodesta 2011 vuoteen 2014. Edellä mainituista seikoista päätellen voidaan todeta asiakaspysyvyyden olevan melko korkealla tasolla. Kilpailu on kuitenkin kovaa, sillä kummallakin tutkimuskerralla 95% tai enemmän vastaajista oli kokeillut muidenkin henkilöstöpalvelualan yritysten palveluita viimeisen 18 kuukauden aikana. Mielenkiintoista oli havaita, että kaikki kolmen suurimman kilpailijan Sihdin, Baronan, Staffpointin ja VMP:n osuudet olivat pienentyneet selvästi vuosien 2014 ja 2011 välillä. Sen sijaan kenenkään molemmilla tutkimuskertoilla vaihtoehtona olleen kilpailijan osuus ei noussut merkittävästi. Voitaisiinko tästä

päätellä WorkPowerin saaneen markkinaosuuksia kilpailijoiltaan vertailujakson aikana? Vuokratyöpalveluita on käytetty vuosien 2011 – 2014 aikana 27000 – 29000 henkilötyövuotta per vuosi, joten merkittävää vähennystä siellä ei ole tapahtunut. Päinvastoin, vuonna 2014 vuokratyövoimaa käytettiin enemmän kuin kahtena edellisenä vuonna.

WorkPowerin toiminnallista puolta selvittivät kyselyn kolmelle eri osa-alueelle jaetut väittämät, joita olivat yleiskuva, toimihenkilöiden asiakaspalvelu ja vuokratyöntekijöiden ammattimaisuus ja asenteet. Tulokset paranivat jokaisella osa-alueella vertailujakson aikana ja kaikkein eniten parantui tyytyväisyys WorkPowerin vuokratyöntekijöitä kohtaan. Tyytyväisimpiä oltiin kuitenkin WorkPowerin toimihenkilöiden asiakaspalveluun. Ensimmäinen osa-alueen eli WorkPowerin yleiskuvaa mittaavista väitteistä korkeimmat pisteet sai puhelimesta asioinnin vaivattomuus. Tämä on erittäin tärkeää, kun suurin osa asiakkaiden kanssa käydystä vuorovaikutuksesta tapahtuu puhelimitse. WorkPowerin yhteyshenkilön tavoitettavuus parani myös vertailujaksolla. Nopea tavoitettavuus on suotavaa, sillä tilauksia saattaa mennä ohi, jos asiakkaan puheluun ei vastata heti tai soiteta pian takaisin. Häätisempi asiakas saattaa tilata tekijät muualta. ”Jos et sä soita, niin kilpailijasi voi soittaa sillä välin, kun Sinä mietit” (Lahtinen & Isoviita 1998, 84).

Ensimmäisen osa-alueen suurimman parannuksen vertailujaksolla teki väittämä numero 13= Voin suositella WorkPoweria myös tuttavilleni. Täysin samaa mieltä väittämän kanssa vuonna 2014 oli 70% vastaajista, kun taas vuonna 2011 vastaava luku oli vielä 56% vastaajista. Tästä tuloksesta voimme päätellä, että tyytyväisyys WorkPowerin palveluita kohtaan on noussut vuodesta 2011. Väittämä numero 12= Palvelu vastasi odotuksia kohensi myös pisteitään. Asiakassuhde tiivistyy, kun asiakkaan odotukset täytetään tai jopa ylitetään. Tyytyväisiin asiakkaisiin liittyy 3/11 -sääntö, joka tarkoittaa sitä, että hyvää palvelua saanut henkilö suosittelee palvelua kolmelle muulle henkilölle ja tyytymätön asiakas sen sijaan kertoo huonoksi kokemastaan palvelusta 11 henkilölle. Suositteleminen on myös paljon tehokkaampaa kuin yksikään markkinointikampanja, sillä hyvien ystävien kokemuksiin luotetaan luonnollisesti enemmän kuin liikoja lupaaviin mainoksiin. (Lahtinen & Isoviita 1998, 4.). Palvelu vastasi hintaa –väittämä sen sijaan sai selkeästi tämän osa-alueen heikoimmat pisteet ja pitääkin pohtia mitä tämän asian korjaamiseksi voidaan tehdä.

Toisen osa-alueen eli toimihenkilöiden asiakaspalvelua mittaavien väitteiden tulokset olivat loistavat. Henkilökunnan palvelualttiuteen oltiin erittäin tyytyväisiä ja siihen liittyvä väittämä saavutti lähes maksimipisteet vuoden 2014 tutkimuksessa. WorkPowerin henkilökuntaa pidettiin myös erittäin yhteistyökykyisenä sekä hyvin ammattitaitoisena kummallakin tutkimuskerralla. Asiakkaat olivat tyytyväisiä myös ongelmatilanteiden ratkaisuihin ja siihen, että asiakkaan toivomukset huomioitiin hyvin. Toiselta osa-alueelta tyytymättömämpiä oltiin työntekijöistä annettujen tietojen paikkansapitävyyteen. Kysymys on haasteellinen WorkPowerin yhteyshenkilöille, sillä rakennuksilla on erittäin paljon eri työtehtäviä ja työntekijän todellista osaamistasoa ja työskentelynopeutta voi olla vaikea selvittää nopealla aikataululla. Täysin sataprosenttisesti tekijän osaamista tai työtahtia voi siksi olla usein vaikea asiakkaalle kuvailla. Tähän pitää WorkPowerilla kuitenkin kiinnittää huomiota, jotta vältetään tilanteilla, jolloin työmaalle menee liian osaamaton tai verkkainen tekijä tiettyyn työtehtävään. Liian suuria lupauksia ei asiakkaalle pidä antaa. Lahtisen & Isoviidan (1998, 55) mukaan yritykset lupavat hyvin usein asiakkailleen monenlaisia hyviä asioita, mutta käytännössä eivät pysty lupauksiaan pitämään. Lupausten ja toteutusten välinen kuilu on helposti aistittavissa, joten asiakkaille ei pidä lupaila mitään sellaista, jonka onnistumisesta ei voida olla varmoja. Täyttämättä jääneet lupaukset tulevat yritykselle hyvin kalliiksi.

Kolmas osa-alue selvitti asiakkaan tyytyväisyyttä WorkPowerin vuokratyöntekijöitä kohtaan. Tähän osa-alueeseen kiinnitettiin erityistä huomiota ensimmäisen tutkimuskerran jälkeen, sillä tämä osa-alue sai selkeästi heikoimmat pisteet vuoden 2011 tutkimuksessa. Pisteet paranivat vertailujaksolla merkittävästi. Mikään tämän osa-alueen väittämistä ei kuitenkaan saanut yli 3,50 pistettä, joka tarkoittaisi sitä, että vastaajista yli puolet olisi väittämän kanssa täysin samaa mieltä. Selkeästi eniten parannusta teki väite numero 20= Työn laatu on korkeatasoista. Kyseinen väite sai silti vähiten pisteitä vuokratyöntekijöitä koskevalla osa-alueella. Korkeimmat pisteet vuonna 2014 teki väittämä numero 21= Sovitut ajankohdat pitävät. Myös työntekijöiden asenne työntekoon on parantunut. Lopputulokseen oltiin tyytyväisempiä vuonna 2014 kuin 2011 ja asiakkaan mielestä WorkPowerin vuokratyöntekijä suoriutui paremmin tehtävistään vuonna 2014 kuin 2011.

Valintasyiden tärkeysjärjestys, jonka mukaan asiakas valitsee, mistä henkilöstöpalvelualan yrityksestä asiakas työntekijöitä tilaa, ei muuttunut vertailujaksolla. Järjestys oli täsmälleen sama vuonna 2014 kuin vuonna 2011. Ensimmäiseksi tärkein valintasy oli

työntekijöiden työn laatu, toiseksi luotettavuus ja kolmanneksi toimitusvarmuus. Hinta mainittiin vasta viidentenä. Vaikka kilpailu on kovaa, niin aina hinta ei ratkaise, vaan hyvästä palvelusta ollaan valmiita maksamaan.

Kolme tärkeintä syytä miksi asiakas valitsi WorkPowerin palvelut vuonna 2014 olivat 1= työntekijöiden työnlaatu, 2= luotettavuus, 3= toimitusvarmuus eli juuri samaisessa järjestyksessä kuin valintasyyt, kun palveluntarjoajaa valitaan. Vertailun vuoksi vuonna 2011 tärkeimmät valintasyyt, jotka johtivat WorkPowerin valintaan olivat eri järjestyksessä: 1= toimitusvarmuus, 2= luotettavuus, 3= palvelunopeus. Selkeästi tärkein syy WorkPowerin valintaan vuonna 2014 oli työntekijöiden työn laatu. Vuonna 2011 se oli vasta neljänneksi tärkein syy WorkPoweria valitessa. Työntekijöiden laatua ollaan selkeästi saatu parannettua vertailujaksolla ja tähän pitää kiinnittää jatkossa erityishuomiota, sillä se oli vuonna 2014 tärkein syy, miksi asiakas valitsee WorkPowerin palvelut.

WorkPowerin palveluita ja toimintaa arvioitiin hieman paremmaksi suhteessa kilpailijoihin kuin vertailujakson ensimmäisellä tutkimuskerralla vuonna 2011. Erot vertailujaksolla olivat kuitenkin melko pienet. Hieman parempana tai paljon parempana WorkPowerin palveluita ja toimintaa vuonna 2014 piti 53% vastaajista ja vuonna 2011 49% vastaajista. Erittäin positiivista WorkPowerin kannalta on myös se, että hieman tai paljon heikompana WorkPowerin palveluita tai toimintaa suhteessa kilpailijoihin ei pitänyt kukaan vastaajista vuonna 2014 ja vuonna 2011 ainoastaan 1% vastaajista. Se, että vuonna 2014 yli puolet vastaajista piti WorkPowerin palveluita ja toimintaa parempana kuin kilpailijoilla, on hyvä saavutus, sillä mielestäni vuokrafirman ei ole nykyisessä kilpailutilanteessa kovin helppo erottua kilpailijoistaan.

WorkPowerin näkyvyys parani vertailujaksolla verrattuna kilpailijoihin. Hieman tai paljon parempana vuonna 2014 WorkPowerin näkyvyyttä suhteessa kilpailijoihin piti 33% vastaajista, kun vuonna 2011 luku oli vain 19% vastaajista. Hieman huonommaksi WorkPowerin näkyvyyden verrattuna kilpailijoihin koki 10% vastaajista vuonna 2014 ja 15% vastaajista vuonna 2011. Paljon huonommaksi näkyvyyttä verrattuna kilpailijoihin ei kokenut kukaan kummallakaan tutkimuskerralla. Näkyvyyden paraneminen on mielenkiintoista, sillä merkittäviä lisäpanostuksia markkinointiin ei käytetty vertailujakson aikana. WorkPowerin logolla varustettuja mainoslahjoja on vertailujakson aikana jaettu hieman enemmän kuin aiemmin, mutta se tuskin yksinään selittää näkyvyyden parantumista. Näkyvyyden paranemiseen on todennäköisesti vaikuttanut eniten se, että kilpai-

lijat ovat menettäneet markkinaosuuksiaan ja näin ollen WorkPowerin vuokratyöntekijöitä on näkynyt työmailla suhteessa enemmän kuin muiden vuokrafirmojen työntekijöitä ja siksi WorkPowerin näkyvyyden koetaan parantuneen. Työntekijöiden firman logolla varustetut takit ovat WorkPowerin yksi tärkeimmistä näkyvyyteen liittyvistä teki-
jöistä. Mitä enemmän WorkPowerin takkeja eli työntekijöitä työmailla näkyy verrattuna muiden vuokrafirmojen työntekijöihin, sitä paremmaksi WorkPowerin näkyvyys koetaan.

Asiakkailta selvitettiin heidän halukkuutta siirtyä tuntien nettikirjausjärjestelmään joka helpottaisi ja nopeuttaisi WorkPowerin taloushallinnon palkanmaksua. Vertailujaksolla mielipiteet kehittyivät myönteiseen suuntaan, mutta edelleen vuoden 2014 tutkimusker-
ralla 34% vastaajista olivat sitä mieltä, että tuntiappukäytäntö on toimiva ja sitä on tur-
ha muuttaa. Vuonna 2011 luku oli 10 prosenttia suurempi eli 44% vastaajista. Avoi-
meen kenttään tuli paljon perusteluja siitä, miksi asiakkaat eivät halua luopua tuntiap-
pukäytännöstä. Perusteluiksi kerrottiin tuntiappun kuittaamisen liittyvän henkilökohtai-
nen kontaktin työntekijän kanssa olevan erittäin tärkeää, koska samalla voitiin käydä
läpi, mihin työtehtäviin päivät ovat kuluneet, mitä töitä on tekemättä tai onko työmaalla
jotain ongelmia tai puutteita Vuonna 2014 62% vastaajista sen sijaan voisi hyväksyä
tunnit nettipalvelussa. Kehitystä on siis tapahtunut, mutta vielä en suosittele WorkPo-
weria vaihtamaan tuntien nettikirjausjärjestelmään, sillä asiakastyytyväisyys saattaisi
laskea muutoksen myötä.

Avoimessa palautteessa tulleet kehitysehdotukset liittyivät pääosin vuokratyöntekijöi-
hin. Työntekijöille olisi hyvä painottaa töiden tekemistä ripeästi, sillä jos joku kuvittelee
töiden jatkuvan pidempään tekemällä hitaasti, niin on hän väärässä. Vuokratyöntekijöi-
den työhistoriaa kehoitettiin tarkastamaan tarkemmin soittelemalla enemmän entisille
työnantajille ja sanottiin, että hyvällä asenteella varustettu kokemattomampi tekijä on
parempi kuin ammattimies ilman työmotivaatiota. Kysyttiin myös voisiko vuokratyön-
tekijöiden varustukseen kuulua automaattisesti vasara. Myös maksuehdosta mainittiin,
että sen pitäisi olla automaattisesti 21 päivää.

8 POHDINTA

Mielestäni työ onnistui hyvin ja tutkimusongelmiin saatiin vastauksia. WorkPowerin asiakastyytyväisyyden ja palvelun laadun tila ja niiden kehittyminen vuosien 2011 ja 2014 selviää tutkimuksesta. Asiakkaiden valintasyyt henkilöstöpalvelualan yritystä valittaessa, mielipiteet WorkPowerin toiminnasta verrattuna kilpailijoihin ja tuntien kuitauksen siirtäminen nettipalveluun saatiin selvitettyä tutkimuksen avulla. Ensimmäisen tutkimuskerran jälkeen selvinneisiin kehityskohtiin kiinnitettiin huomioita ja onkin hieno nähdä, että tulokset paranivat vertailujaksolla. Sekin kertoo oman osansa työn onnistumisesta.

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä havaittiin hyväksi toteuttaa tämän tyyppinen kysely. Kyselyyn saatiin riittävästi vastauksia kummallakin tutkimuskerralla, joten tutkimuksen otos on tarpeeksi iso, jotta tutkimustuloksia voidaan pitää luotettavina. Kyselylomaketta muokattiin hieman ensimmäisen kyselyn jälkeen ja muutamia kysymyksiä jätettiin kokonaan pois ja osaan kysymyksistä lisättiin vaihtoehtoja. Tämä ei kuitenkaan haitannut vuoden 2011 ja vuoden 2014 tutkimustulosten vertailtavuutta keskenään. Joitakin kysymyksiä olisi voinut edelleen tarkentaa, jotta kysymykset olisivat olleet selkeämpiä, mutta pääosin kyselyn kysymykset olivat ymmärretty oikein. WorkPowerin toimintaa selvittävien väitteiden vastausvaihtoehtojen Likertin asteikon olisi voinut ehkä laajentaa 5-portaisesta 7-portaiseen, jolloin olisi saatu vieläkin tarkempia eroja asiakkaiden tyytyväisyyteen ja sen kehittymiseen vertailujaksolla. Kvalitatiivista kyselyn olisi voinut toteuttaa ennen kyselylomakkeen laadintaa, jotta oltaisiin saatu selville entistä tarkemmin WorkPowerin palvelun kriittiset kohdat ja näin ollen saatu kohdennettua kysymyksiä vieläkin paremmin näihin asioihin.

Haastetta työhön toi opinnäytetyöprosessin pitkittyminen ja työn aloittaminen välillä pitkienkin taukojen jälkeen. Meni aina paljon aikaa, kun sai taas ajatuksesta kiinni. Johdonmukaisen tekstin tuottaminen taukojen takia oli välillä haasteellista, mutta opettavaista. Työpäivien jälkeen työn aloittaminen ei ollut aina kovin helppoa. Työn pitkittymistä en lopulta pidä huonona asiana, sillä työskentelen edelleen WorkPowerilla ja tutkimuksen toistaminen antoi yritykselle ja itselleni arvokasta tietoa asiakastyytyväisyydestä ja sen kehittymisestä. Tuloksien perusteella voin itse vaikuttaa työssäni siihen, että asiakastyytyväisyytemme pysyy korkealla tasolla. Asiakastyytyväisyyden ja kehittymisen tutkiminen oli opettavainen prosessi ja nyt osaisin laatia tutkimuksen entistä pa-

remmin. Jatkossa tutkimus olisi hyvä toistaa noin kolmen vuoden välein, jotta pysytään tietoisena asiakastyytyväisyyden kehittymisestä ja samalla kerätä ”kentältä” jatkuvaa asiakaspalautetta ja kirjata ne muistiin. Kvantitatiivisen tyytyväisyyskyselyn rinnalla voisi toteuttaa tulevaisuudessa myös kvalitatiivisen kyselyn, jotta tyytyväisyystekijöitä voitaisiin tutkia entistä tarkemmin. Niiden tulosten pohjalta kyselylomakkeeseen voitaisiin tehdä muutoksia.

LÄHTEET

- Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Juva: WS Bookwell Oy.
- Elomaa, N. 2011. Ulkopuolisen työvoiman käyttö. Jyväskylä: Bookwell Oy.
- Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Juva: WS Bookwell Oy.
- Grönroos, C. 1998. Nyt Kilpaillaan palveluilla. Porvoo: WSOY - Kirjapainoyksikkö
- Heikkilä, T. 2005. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Helsilä, M. 2002. Käytännön henkilöstötyö. Tampere: Tammer-Paino Oy.
- Henkilöstöpalveluyritysten Liitto. Yleistä henkilöstöpalvelualasta. Luettu 17.10.2015
www.hpl.fi/merkittava-tyollistaja/yleista-henkilostopalvelualasta.html
- Henkilöstöpalveluyritysten Liitto. Tilastot. Luettu 17.10.2015.
www.hpl.fi/tutkimukset/tilastot.html
- Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Järvinen, T. & Kyytsönen, M. & Olkkola, J. 2011. Ulkoistaminen ja yhteistoiminta. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.
- Lahtinen, J & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Lahtinen, J & Isoviita, A. 1998. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Mäntyneva, M. 2001. Asiakkuuden hallinta. Vantaa: Tummavuoren Kirjapaino Oy.
- Pajala, A. Toimitusjohtaja. 2014. Haastattelu 2.11.2011. Haastattelija Helin, M. WorkPowerin Tampereen toimipiste.
- Pajala, A. Toimialapäällikkö. 2011. Haastattelu 14.10.2014. Haastattelija Helin, M. WorkPowerin Tampereen toimipiste.
- Pakkanen, R & Korkeamäki, A & Kiiras, H. 2009. Palvelun taitajaksi. WSOY Oppimateriaalit Oy.
- Roos, A. & Systä, P. 2001. Yhteyskeskuskäsikirja. Helsinki: Help Desk Institute Nordic.
- Salli, M. 2012. Epätyypilliset työsuhteet. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.
- Tilastokeskus, 2015. Työllisyys ja työttömyys 2014. Luettu 18.10.2015.
www.stat.fi/til/tyti/2014/13/tyti_2014_13_2015-04-28_kat_002_fi.html

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Ylikoski, T. & Järvinen, R. & Rosti, P. 2006. Hyvä asiakaspalvelu – menestystekijä finanssialalla. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy.

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake 2014

VASTAUSOHJEET

1. Vastatkaa jokaiseen kysymykseen
2. Ympyröikää mielestänne sopivin vaihtoehto
3. Vastatkaa kuhunkin kysymykseen vain yhdellä ympyrällä ellei toisin mainita

Taustatiedot

1. Kenen WorkPowerin yhteyshenkilön kanssa useimmiten asioit?

- a) Anne Hölsö
- b) Anja Pajala
- c) Matti Helin
- d) En muista/tiedä

2. Kuinka usein asioit WorkPowerin yhteyshenkilön kanssa?

- a) Olen asioinut yhden kerran
- b) Lähes päivittäin
- c) kerran viikossa – muutaman kerran kuussa
- d) kerran kuussa tai harvemmin

3. Kuinka kauan olet käyttänyt WorkPowerin palveluita?

- a) 0 – 6 kk
- b) Yli puoli vuotta – 2 vuotta
- c) Yli 2 vuotta – 5 vuotta
- d) Yli 5 vuotta

4. Onko sinulla kokemusta muiden henkilöstön vuokrausta ja välitystä tekevien yritysten palveluista?

- a) Kyllä
- e) Ei

5. Jos vastasit edelliseen ”kyllä”, niin minkä henkilöstöalan yritysten palveluista teillä on kokemusta?

- | | | |
|-----------|-----------|-------------------------------|
| a) Adecco | f) Opteam | i) Studentwork |
| b) Barona | g) Sihti | j) Valtti Henkilöstöratkaisut |

- c) Carrot h) Selektia k) VMP
d) Manpower i) SOL l) Muun,minkä?_____
- e) Nordic Henkilöstöpalvelut j) Staffpoint

WorkPowerin toiminta

Ympyröi mielestäsi paras vaihtoehto

1. täysin eri mieltä | 2. jokseenkin eri mieltä | 3. jokseenkin samaa mieltä | 4. täysin samaa mieltä | 0. en osaa sanoa

Yleiskuva (Maine ja uskottavuus / lähestyttävyys ja joustavuus)

6. Asiointi puhelimitse on vaivatonta	1	2	3	4	0
7. WorkPowerin yhteyshenkilön tavoittaa helposti	1	2	3	4	0
8. Toimitilat ovat viihtyisät	1	2	3	4	0
9. Löysit helposti tietoa WorkPowerista	1	2	3	4	0
10. Laskutus hoidetaan niin kuin on sovittu	1	2	3	4	0
11. Palveluiden laatu vastasi hintaa	1	2	3	4	0
12. Palvelu vastasi odotuksia	1	2	3	4	0
13. Voin suositella WorkPoweria myös tuttavilleni	1	2	3	4	0

WorkPowerin toimihenkilöt – asiakaspalvelu (Asenteet ja käyttäytyminen)

14. Henkilökunta on ammattitaitoista	1	2	3	4	0
15. Henkilökunnan palveluالتتیس on hyvä	1	2	3	4	0
16. Henkilökunta on yhteistyökykyistä	1	2	3	4	0
17. Asiakkaan toivomukset huomioidaan hyvin	1	2	3	4	0
18. Ongelmatilanteet ratkaistaan sujuvasti	1	2	3	4	0
19. Työntekijöistä annetut tiedot pitävät paikkansa	1	2	3	4	0

WorkPowerin vuokratyöntekijät – (Ammattimaisuus ja taidot)

20. Työn laatu on korkeatasoista	1	2	3	4	0
21. Sovitut ajankohdat pitävät	1	2	3	4	0
22. Suoriutuvat hyvin heille annetuista tehtävistä	1	2	3	4	0
23. Työntekijöiden asenne työntekoon on hyvä	1	2	3	4	0
24. Olen tyytyväinen lopputulokseen	1	2	3	4	0

25. WorkPowerin yhteyshenkilön yhteydenpito: ottaako WorkPowerin yhteyshenkilö yhteyttä sinuun...

- a) Liian usein?
- b) Hieman liian usein?
- c) Ei liian usein, eikä liian harvoin?
- d) Hieman liian harvoin?
- e) Liian harvoin?

26. Mitkä ovat tärkeimmät tekijät, jotka vaikuttavat päätökseesi siitä, mistä henkilöstöpalvelualan yrityksestä tilaat työntekijöitä?

Valitse kolme tärkeintä: 1. tärkein syy | 2. toiseksi tärkein | 3. kolmanneksi tärkein

- | | | | |
|------------------------------|-------|----------------------------------|-------|
| a) Hinta | _____ | e) Palvelunopeus | _____ |
| b) Työntekijöiden työn laatu | _____ | f) Joustavuus ongelmatilanteissa | _____ |
| c) Toimitusvarmuus | _____ | g) Jokin muu, mikä? | _____ |
| d) Luotettavuus | _____ | | _____ |

27. Tärkeimmät syyt, miksi valitsitte WorkPowerin palvelut?

Valitse kolme tärkeintä: 1. tärkein syy | 2. toiseksi tärkein | 3. kolmanneksi tärkein

- | | | | |
|------------------------------|-------|----------------------------------|-------|
| a) Hinta | _____ | e) Palvelunopeus | _____ |
| b) Työntekijöiden työn laatu | _____ | f) Joustavuus ongelmatilanteissa | _____ |
| c) Toimitusvarmuus | _____ | g) Helppous / entuudestaan tuttu | _____ |
| d) Luotettavuus | _____ | h) Jokin muu, mikä? | _____ |

28. Miten arviot kokonaisuutena WorkPowerin palveluita ja toimintaa suhteessa kilpailijoihin?

- | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| a) Paljon parempi kuin kilpailijat | d) Hieman heikompi kuin kilpailijat |
| b) Hieman parempi kuin kilpailijat | e) Paljon heikompi kuin kilpailijat |
| c) Saman tasoinen kuin kilpailijat | |

29. Miten arviot kokonaisuutena WorkPowerin näkyvyyttä suhteessa kilpailijoihin?

- | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| a) Paljon parempi kuin kilpailijat | d) Hieman heikompi kuin kilpailijat |
| b) Hieman parempi kuin kilpailijat | e) Paljon heikompi kuin kilpailijat |
| c) Saman tasoinen kuin kilpailijat | |

30. Olisitteko valmis hyväksymään työntekijöiden kirjaamat tunnit WorkPowerin Internet-palvelussa?

- a) Hyväksyn jo työntekijöiden tunnit sähköisesti
- b) Olisin valmis hyväksymään työntekijöiden tunnit sähköisesti
- c) Tämän hetkinen tuntiappukäytäntö on toimiva ja sitä on turha muuttaa
- d) En halua missään nimessä käydä hyväksymään työntekijöiden tunteja sähköisesti

31. Jos et olisi valmis hyväksymään työntekijöiden tunteja netissä, niin mitkä ovat siihen vaikuttavia syitä?

32. Kehityskohtia, ideoita, kommentteja ja ajatuksia WorkPowerin toiminnasta. Sana on vapaa!

Kiitos vastauksistanne!

Liite 2. Kyselylomake 2011

VASTAUSOHJEET

1. Vastatkaa jokaiseen kysymykseen
2. Ympyröikää mielestänne sopivin vaihtoehto
3. Vastatkaa kuhunkin kysymykseen vain yhdellä ympyrällä ellei toisin mainita

Taustatiedot

1. Kenen WorkPowerin yhteyshenkilön kanssa useimmiten asioit?

- | | | |
|------------------------|--------------------|--------------------|
| a) Elonen Janne | g) Mäkiranta Pia | m) Savolainen Tomi |
| b) Hakola Mikko | h) Niemenmaa Teemu | n) Siemek Jaroslaw |
| c) Hölsö Anne | i) Nieminen Tero | o) Sillanpää Ruut |
| d) Kanerva Jonna | j) Pajala Anja | p) Väisänen Anja |
| e) Kiiskinen Helena | k) Pelkonen Jenni | q) En muista/tiedä |
| f) Muttilainen Hannele | l) Saari Leena | |

2. Kuinka usein asioit WorkPowerin yhteyshenkilön kanssa?

- a) Olen asioinut yhden kerran
- b) Lähes päivittäin
- c) kerran viikossa – muutaman kerran kuussa
- d) kerran kuussa tai harvemmin

3. Kuinka kauan olet käyttänyt WorkPowerin palveluita?

- a) 0 – 6 kk
- b) Yli puoli vuotta – 2 vuotta
- c) Yli 2 vuotta – 5 vuotta
- d) Yli 5 vuotta

4. Minkä maan kansalaisia teillä on työskennellyt WorkPowerin kautta?

(Voit valita useammankin vaihtoehdon)

- a) Kotimaista työvoimaa
- b) Virolaista työvoimaa
- c) Puolalaista työvoimaa
- d) Muun maalaista, minkä? _____

5. Onko sinulla kokemusta muiden henkilöstön vuokrausta ja välitystä tekevien yritysten palveluista?

- a) Kyllä
- e) Ei

6. Jos vastasit edelliseen ”kyllä”, niin minkä henkilöstöalan yritysten palveluista teillä on kokemusta?

- | | | |
|--------------|---------------------------------|-----------------------|
| a) Adecon | e) Manpowerin | i) SOLin |
| b) Baronan | f) Nordic Henkilöstöpalveluiden | j) Staffpointin |
| c) Biisonin | g) Opteamin | k) VMP:n |
| d) Carrothin | h) Sihdin | l) Muun, minkä? _____ |

WorkPowerin toiminta

Ympyröi mielestäsi paras vaihtoehto

1. täysin eri mieltä | 2. joihinkin eri mieltä | 3. joihinkin samaa mieltä | 4. täysin samaa mieltä | 0. en osaa sanoa

Yleiskuva (Maine ja uskottavuus / lähestyttävyys ja joustavuus)

7. Asiointi puhelimitse on vaivatonta	1	2	3	4	0
8. WorkPowerin yhteyshenkilön tavoittaa helposti	1	2	3	4	0
9. Toimitilat ovat viihtyisät	1	2	3	4	0
10. Löysit helposti tietoa WorkPowerista	1	2	3	4	0
11. Laskutus hoidetaan niin kuin on sovittu	1	2	3	4	0
12. Palveluiden laatu vastasi hintaa	1	2	3	4	0
13. Palvelu vastasi odotuksia	1	2	3	4	0
14. Voin suositella WorkPoweria myös tuttavilleni	1	2	3	4	0

WorkPowerin toimihenkilöt – asiakaspalvelu (Asenteet ja käyttäytyminen)

15. Henkilökunta on ammattitaitoista	1	2	3	4	0
16. Henkilökunnan palveluvalttius on hyvä	1	2	3	4	0
17. Henkilökunta on yhteistyökykyistä	1	2	3	4	0
18. Asiakkaan toivomukset huomioidaan hyvin	1	2	3	4	0
19. Ongelmatilanteet ratkaistaan sujuvasti	1	2	3	4	0
20. Työntekijöistä annetut tiedot pitävät paikkansa	1	2	3	4	0

WorkPowerin vuokratyöntekijät – (Ammattimaisuus ja taidot)

21. Työn laatu on korkeatasoista	1	2	3	4	0
22. Sovitut ajankohdat pitävät	1	2	3	4	0
23. Suoriutuvat hyvin heille annetuista tehtävistä	1	2	3	4	0
24. Työntekijöiden asenne työntekoon on hyvä	1	2	3	4	0
25. Olen tyytyväinen lopputulokseen	1	2	3	4	0

26. WorkPowerin yhteyshenkilön yhteydenpito: ottaako WorkPowerin yhteyshenkilö yhteyttä sinuun...

- a) Liian usein?
- b) Hieman liian usein?
- c) Ei liian usein, eikä liian harvoin?
- d) Hieman liian harvoin?
- e) Liian harvoin?

27. Mitkä ovat tärkeimmät tekijät, jotka vaikuttavat päätökseesi siitä, mistä henkilöstöpalvelualan yrityksestä tilaat työntekijöitä?

Valitse kolme tärkeintä: 1. tärkein syy | 2. toiseksi tärkein | 3. kolmanneksi tärkein

- | | | | |
|------------------------------|-------|----------------------------------|-------|
| a) Hinta | _____ | e) Palvelunopeus | _____ |
| b) Työntekijöiden työn laatu | _____ | f) Joustavuus ongelmatilanteissa | _____ |
| c) Toimitusvarmuus | _____ | g) Jokin muu, mikä? | _____ |
| d) Luotettavuus | _____ | | _____ |

28. Tärkeimmät syyt, miksi valitsitte WorkPowerin palvelut?

Valitse kolme tärkeintä: 1. tärkein syy | 2. toiseksi tärkein | 3. kolmanneksi tärkein

- | | | | |
|------------------------------|-------|----------------------------------|-------|
| a) Hinta | _____ | e) Palvelunopeus | _____ |
| b) Työntekijöiden työn laatu | _____ | f) Joustavuus ongelmatilanteissa | _____ |
| c) Toimitusvarmuus | _____ | g) Jokin muu, mikä? | _____ |
| d) Luotettavuus | _____ | | _____ |

29. Miten arviot kokonaisuutena WorkPowerin palveluita ja toimintaa suhteessa kilpailijoihin?

- | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| a) Paljon parempi kuin kilpailijat | d) Hieman heikompi kuin kilpailijat |
| b) Hieman parempi kuin kilpailijat | e) Paljon heikompi kuin kilpailijat |
| c) Saman tasoinen kuin kilpailijat | |

30. Miten arviot kokonaisuutena WorkPowerin näkyvyyttä suhteessa kilpailijoihin?

- | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| a) Paljon parempi kuin kilpailijat | d) Hieman heikompi kuin kilpailijat |
| b) Hieman parempi kuin kilpailijat | e) Paljon heikompi kuin kilpailijat |
| c) Saman tasoinen kuin kilpailijat | |

31. Olisitteko valmis hyväksymään työntekijöiden kirjaamat tunnit WorkPowerin Internet-palvelussa?

- a) Hyväksyn jo työntekijöiden tunnit sähköisesti
- b) Olisin valmis hyväksymään työntekijöiden tunnit sähköisesti
- c) Tämän hetkinen tuntilappukäytäntö on toimiva ja sitä on turha muuttaa

d) En halua missään nimessä käydä hyväksymään työntekijöiden tunteja sähköisesti

32. Jos et olisi valmis hyväksymään työntekijöiden tunteja netissä, niin mitkä ovat siihen vaikuttavia syitä?

33. Kehityskohtia, ideoita, kommentteja ja ajatuksia WorkPowerin toiminnasta. Sana on vapaa!

Kiitos vastauksistanne!

Liite 3. Avoin palaute tuntien hyväksynnästä nettipalvelussa

Vuoden 2014 palaute:

”Erimielisyydet on hankalampi selvittää kuin kasvotusten, lisäksi pyydän omaa litterointiani varten usein karkeaa selvitystä tehdyistä töistä/tunneista esim. parin tunnin, väh. puolen päivän tarkkuudella. Tämän sarakkeen voisi laittaa valmiiksi WP:n tuntilappuun oli se sitten netissä tai paperilla.”

”Henkilökohtainen kontakti työntekijään.”

”Huomattavasti helpompi kuitata tilanteessa, kuin tilanteessa ja jos kysyttävää, on se helpoin kysyä, kun tekijä on tuntilapun kanssa samassa paikassa.”

”Jotta hyväksyisin tuntilaput sähköisesti niissä pitää olla kirjattuna työntekijän päätyötehtävät päivittäin, koska se helpottaa tuntien litteroimista työmaalla. Itse en allekirjoita tuntilappuja, ellei niihin ole kirjoitettu päivittäisiä työtehtäviä.”

”koneaika on vähissä jo muutenkin työmaaoloissa”

”Kuitenkin "sen sortista porukkaa", että hyvä hoitaa kasvotusten. Ei niistä ole joutunut ikinä keskustelemaan, mutta kuittiin tulee monasti kirjattua, että kuinka kauan mitäkin työtä on tehty, koska tunteja saatetaan jyvittää useaan eri paikkaan kustannusennusteissa.”

”Kärkimiehet työmaalla tietävät kuinka asentajat olleet töissä, siksi tuntiappu käytäntö on hyvä. Keikkatöitä tekevien tuntilaput voidaan kyllä hyväksyä sähköisestikin.”

”Laskun tiliointi hankalampaa”

”Mahd. virheiden korjaaminen on helpompaa heti työmaalla”

”Mahdolliset littera merkinnät olisi hyvä tehdä heti tuoreeltaan. Näin työmaa saa kohdistettua kustannukset oikein. Muuten kyllä!”

”Näin toimiessa tiedän mitä on tehty ja koska ja voimme keskustella työn ongelmista yms”

”Näkeekö mitä on tehnyt. Litterointi”

”Palautteen anto työntekijälle esim. litteroinneissa.”

”Tunnit oikein, kun tuovat kuittauslapun käteen”

”Tuntikuittaus tehtävä naamatusten työntekijän kanssa, ettei jää virheitä, jotka sitten laskutetaan ja oikaisu vaikeampaa siinä vaiheessa.”

”Tuntilaput on työmaan kannalta hyvä käytäntö.”

”Työmaalla kuitataan tunnit koska siellä on kontrollikin ja meillä ei ole vielä työmailla sähköistä yhteyttä nokkamiehillä.”

”Työntekijä livahtaa töistä aivan varmasti etuajassa, jos he eivät tarvitse nimmiä. Nytkin joutuu lähes järjestään käskemään takaisin töihin, kun tulevat klo 15.00 kuittaamaan tunteja.”

”Työntekijän kanssa hyvä päivän päätteeksi keskustella mitä tuli tehtyä ja mitä jäi kesken. Sen takia on hyvä että tullaan tuntilapun kanssa työmaatoimistoon.”

”Työntekijän kanssa on hyvä käydä läpi tehdyt työt, niihin kulunut aika ja mahdolliset ongelmat tai tarpeet.”

”Työtä tehdään työnjohdon alaisena, tuntilappukäytäntö toimiva ja tarpeeksi nopea työmaaolosuhteisiin.”

Vuoden 2011 palaute:

”Ylimääräinen työ, kuittauspaperiin riittää, siitä ei ole liikaa vaivaa”

”Haluan käydä läpi henkilökohtaisesti työntekijän tunnit läpi”

”Koneiden toimivuus työmailla (linjavaikeudet)”

”Jos tulee tuntiepäselvyyksiä ne voi heti yhteisesti sopia.”

”Mahdollinen neuvottelu määristä.”

”On jo muutenkin ihan tarpeeksi erilaisia kirjaamisohjelmia ja kun katsotaan yhdessä tuntiappu tekijän kanssa niin saa mahdolliset epäselvät asiat heti kuntoon.”

”Käytävä työntekijän kanssa henk. koht. läpi”

”Työntekijöiden työvaatteiden ja henkilökohtaisten suojausten saanti ja käyttö.”

”Huonot yhteydet työmaalla -> Menee turhaan aikaa. voi olla ratkaiseva valinta peruste, mitä vuokrafirmaa käyttää.”

”Vältytään monilta selvittelyiltä, kun tilaajan nimi on paperissa voi samalla tarkistaa laskutus ym. tiedot.”

”Sähköpostikuormaa on jo nyt liian paljon.”

”Tuntien paikkansapitävyys todettava tekijän kanssa välittömästi”

”Tunnit sovittava työmaalla”

”Enemmän työtä työnjohdolle”

”Henkilökohtainen asiointi on joustavampi jos on kysyttävää/ selvitettävää”

”Mieluiten henkilökohtainen kuittaus. Ongelmatilanteissa niistä pystyy sopimaan suoraan.”

”Henkilökohtainen kontakti voi selvittää tekemiset henkilön kanssa”

Liite 4. Vapaa sana WorkPowerin toiminnasta

Palaute vuonna 2014:

”Ei mitään varsinaista suurempaa puutetta, mihin erityisesti pitäisi parannuksia kohdistaa.”

”Eipä juuri. Etelä-suomeen parempia tekijöitä :)”

”En tiedä tuleeko kuitattu lappu laskun liitteenä, mutta mikäli työnjohtaja tekee siihen litterakirjauksia, näkyisi ne sitten vastaavalla työnjohtajalla kun hän jakaa kustannuksia laskun tarkastuksen yhteydessä.”

”Homma toimii pääsääntöisesti hyvin!”

”Hyvin te vedätte!”

”Hyvää joulun odotusaikaa.”

”Kiitos Anne Hölsölle ja Anja Pajalalle erinomaisen ystävällisestä ja antoisasta yhteistyöstä ! -v.m.”

”Maksuehto tulisi olla automaattisesti 21 päivää.”

”Olisko mahdollista sopia kiinteä hinta jostain työstä eli urakka.”

”Tarkastakaa työntekijöiden työhistorioita esim. soittamalla edellisille työnantajille.”

”Työntekijöitä joita ei työt kiinnosta on turha lähettää töihin. Ammattitaidonkin voi monesti korvata sillä, että on motivaatiota, mutta toisinpäin homma ei toimi.”

”Voisiko tuntien kirjaus tapahtua jollain erillisellä ’työmaasovelluksella’ jossa olisi tuntien tarkastajan joku ’ oma salasana’= työntekijän tilaaja saa käyttöönsä jonkun sähköisen kuittaus ’koodin’ millä kuittaa työntekijän tunnit vaikka työntekijällä olevaan ’kännyyn/sähköiseen kuittauslaitteeseen’.”

Palaute vuonna 2011:

”Kinkut jouluna on positiivinen asia:)”

”Voisiko rakennusmiesten varustukseen kuulua myös vasara automaattisesti.”

”Kannattaa kertoa työntekijöille, että ainakin rakennustyömaalla kannattaa annetut työt suorittaa ripeästi. Kiireen takia vuokramiehiä usein otetaan töihin. Reippaasti työstä suoriutuva saa todennäköisemmin jatkaa pidempään kuin se, joka yrittää tehdä hitaasti. (vaikka, joku kuvitteleeikin työnsä jatkuvan pidempään, kun tekee hitaasti.)”

”Pysyä alankehityksessä mukana.”

”Max Riikosen tapaisia rakennus/kirvesmiehiä joka ohjaa, opastaa, junailee että kaikki työmaalla asiat kulkevat sujuvasti.”

”Henkilökunta toimistolla ystävällistä ja asiansa hoitavia. vuokrattujen henkilöiden työmotivaation kehittäminen, varmaan sama kaikilla. käyttäisin sanontaa: ”parempi sekin kuin kuiva märkä”.

Aloita kirjoittaminen tästä.